

# **Treball de Fi de Grau**

Títol

Autoria

Professorat tutor

Grau

Tipus de TFG

Data

## Full resum del TFG

### Títol del Treball Fi de Grau:

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

**Autoria:**

**Professorat  
tutor:**

**Curs:**

**Grau:**

### Paraules clau (mínim 3)

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**

### Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

**Català:**

**Castellà:**

**Anglès:**



# **La discriminació mediàtica del futbol femení a Espanya**

Grau en Periodisme  
2018/19

AUTORA:  
Helena Celma Pérez

TUTORA:  
Catalina Gayà Morla

---

## ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ.....	1
2. MARC TEÒRIC.....	3
2.1. La dona en el món esportiu.....	3
2.2. Els inicis europeus del futbol i com arriba al món femení.....	4
2.3. Fent camí cap a Espanya.....	6
2.4. Moments d'auge i de censura pel futbol femení europeu.....	8
2.5. El futbol femení en temps de república i dictadura.....	11
2.6. La dècada dels 70: l'inici de l'assentament del futbol femení.....	14
2.7. La dècada dels 80: la revolució del futbol femení.....	17
2.8. La dècada dels 90: les conquestes a escala global del futbol femení.....	20
2.9. Nou mil·lenni: la indiferència mediàtica persisteix.....	22
2.10. La revolució del futbol femení espanyol.....	25
2.11. La discriminació mediàtica, el pitjor company de viatge.....	27
3. EL PARTIT MÉS IMPORTANT DEL FUTBOL FEMENÍ ESPANYOL.....	30
3.1. Capítol 1: Radiografia del futbol femení a Espanya.....	30
3.2. Capítol 2: L'ombra que comença a definir-se.....	40
3.3. Capítol 3: Visió interna al futbol femení.....	50
3.4. Capítol 4: Els patrocinis, la clau per la visibilitat.....	61
3.5. Capítol 5: Mirant cap al futur.....	72
4. EPÍLEG.....	83
5. WEBGRAFIA.....	86

---

## ANNEXOS

1. ENTREVISTES A PERIODISTES.....	103
1.1. <i>Mundo Deportivo</i> .....	103
1.2. <i>Sport</i> .....	115
1.3. <i>Marca</i> .....	122
1.4. <i>AS</i> .....	133
2. ENTREVISTES A PROFESSORS.....	143
2.1. Josep Maria Blanco.....	143
2.2. Ernest Macià.....	152
3. ENTREVISTES A PERSONES DEL MÓN DEL FUTBOL.....	161
3.1. Xavi Llorens.....	161
3.2. Laura Ràfols.....	171
3.3. Maria José López.....	178
4. ENTREVISTES A PATROCINADORS.....	184
4.1. Herbalife.....	184

# 1. INTRODUCCIÓ

Des que era petita m'ha interessat el futbol i he estat una apassionada d'ell. Com a culer, Ronaldinho va ser el meu primer ídol futbolístic i va ser amb ell amb qui vaig aprendre a estimar el futbol. Vaig apreciar com apareixia als mitjans de comunicació i les passions que aixecava, junt amb l'expectació mediàtica que es creava al seu voltant. Aquest amor pel futbol el vaig poder posar a prova amb 14 anys, quan vaig començar a jugar en un equip de futbol sala durant tres temporades. A mesura que anava creixent i sent més aficionada del futbol, m'anava fixant que mai veia el futbol femení per la televisió ni en cap mitjà de comunicació. És ben cert que en aquell moment no tenia gaire idea de la dimensió que podia tenir el futbol femení, però sí que era conscient que existia i no entenia per què mai sortia en els telenotícies.

A mesura que vaig anar avançant en la carrera, vaig entendre l'oferta de la llei i la demanda en l'àmbit comunicatiu, on tot allò que no tingui gran interès té una presència residual en els mitjans, i el futbol femení pràcticament no la té. Mostra d'això és el poc protagonisme que té en els telenotícies, les poques tertúlies que es fan sobre ell en la ràdio, i les poques pàgines que li dediquen en la premsa escrita. Mentre que en els mitjans tradicionals és més inusual la presència d'informació de futbol femení, en la premsa digital hi ha un seguiment major, afortunadament.

A causa de la implicació que sempre he tingut amb el futbol, he volgut dedicar el meu Treball de Fi de Grau a la part femenina d'aquest esport. El Treball s'ha dividit en dues línies d'investigació principals: l'anàlisi de la discriminació mediàtica del futbol femení en els mitjans de comunicació i la figuració de quin possible futur li pot esperar a aquest esport. A través d'aquests dos objectius, també s'han plantejat diverses línies d'investigació secundàries: entendre el punt de vista de les jugadores per tal de veure què pensen elles sobre el món del futbol i analitzar quin paper han tingut els patrocinadors en la revalorització del futbol femení.

Aquestes línies d'investigació han desembocat en un reportatge escrit dividit en 5 capítols, titulats *Radiografia del futbol femení a Espanya (1)*, *L'ombra que comença a*

*definir-se (2), Visió interna al futbol femení (3), Els patrocinis, la clau per la visibilitat (4), Mirant cap al futur (5).* Per tal d'analitzar la discriminació mediàtica, m'he basat en els quatre mitjans esportius espanyols de més tirada: *Marca, AS, El Mundo Deportivo i Sport.*

La base d'aquest reportatge han estat les entrevistes realitzades a diverses persones relacionades amb l'àmbit esportiu, on s'inclouen els caps de secció de futbol femení dels mitjans mencionats, professors de periodisme esportiu, una jugadora i un exentrenador del Barça, una persona relacionada amb una marca patrocinadora i una advocada de l'Associació de Futbolistes Espanyols (AFE).

Entre tots els testimonis i la informació recaptada, s'ha aconseguit seguir un discurs històric que ha explicat per què estem en el punt en què estem en l'actualitat i cap a on va el futbol femení, que esperem que sigui molt més lluny. I segur que ho serà.

## 2. MARC TEÒRIC

### 2.1. La dona en el món esportiu

Al llarg de la història, la dona sempre ha tingut problemes per igualar-se a l'home en molts aspectes: en el treball, en els drets, en l'escala salarial... En el cas de la diferenciació de drets, si posem per exemple el dret a vot, el sufragi universal masculí va arribar l'any 1890, i el sufragi de les dones va arribar 41 anys més tard, el 1931<sup>1</sup>. Un altre dels àmbits amb discriminació més clara en la societat actual és l'escala salarial. Segons un dels estudis més recents d'Eurostat, les dones cobraven en 2016 un 14'2% menys que els homes, el que significava que per cada euro guanyat per un home, la dona guanyava 85'8 cèntims<sup>2</sup>.

L'esport, el tema que ens ocupa en aquest treball, és un altre dels àmbits socials on més es pot distingir aquesta diferenciació entre ambdós sexes. Els esports sempre s'han atribuït a l'home per les seves característiques físiques, a priori millors que les de les dones, o bé simplement pel seu reconeixement social, que sempre ha estat superior al femení. Això és fàcilment visible en llistes com la Forbes, que recull els 100 esportistes millor pagats, on no apareix cap dona en ella.<sup>3</sup> Persones relacionades amb l'esport també han opinat sobre aquesta diferència entre l'home i la dona. És el cas de Rosi Sánchez, coordinadora dels equips femenins de base de l'Herbalife Gran Canaria de bàsquet, que declarava el següent:

*“L'esport femení mai serà igual al masculí perquè no ven ni omple pavellons. La selecció espanyola femenina de bàsquet va ser campiona d'Europa i solament va ser portada un dia i, a més, les jugadores estan fora del país*

---

<sup>1</sup> Carrasco, M.V. (2015). *El sufragio universal en España*. Consultat el 3 de gener del 2019, des de <https://descubriolahistoria.es/2015/06/el-sufragio-universal-en-espana/>

<sup>2</sup> Newsrelease. (2018, 7 de març). Women in the EU earned on average 16% less than men in 2016: Lowest pay gap in Romania and Italy, highest in Estonia. *Eurostat*. Consultat 3 de gener del 2019, des de <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/8718272/3-07032018-BP-EN.pdf/fb402341-e7fd-42b8-a7cc-4e33587d79aa>

<sup>3</sup> Forbes. (2018) *The World's Highest-Paid Athletes*. Consultat el 3 de gener del 2019 des de <https://www.forbes.com/athletes/list/#tab:overall>



*perquè a Espanya no se les té en compte. Sempre seguirem enrere dels homes”.<sup>4</sup>*

Aquesta diferència d'impacte social i econòmic en l'esport entre ambdós sexes va quedar clar des del primer partit de futbol femení disputat a Espanya el 9 de juny de 1914. Afortunadament, els temps canvien i la societat avança: la discriminació cap al futbol femení va disminuint i el seu protagonisme va augmentant, ja que a comptagotes però cada cop apareixen més en els mitjans de comunicació. Aquesta és la percepció que es té si es dona una ullada general, però és realment així?

## **2.2. Els inicis europeus del futbol i com arriba al món femení**

Per veure la trajectòria del futbol en la història més recent ens hem de remuntar al segle XIX a Gran Bretanya. El futbol i el rugbi es barrejaven en un mateix esport, ja que compartien característiques similars però es diferenciaven en diversos aspectes, com el joc amb la mà o l'enderroc del contrari. Va caldre el naixement de l'associació anglesa de futbol més antiga del món, la Football Association (FA), el 26 d'octubre de 1863, perquè els dos esports se separessin oficialment. La FA era (i és) l'associació encarregada de dirigir tots els clubs anglesos, a més de ser la que proposa una normativa bàsica per assentar les bases del futbol. A partir d'aquest moment, va néixer el futbol com el que es coneix avui en dia, i gràcies a la regulació de l'associació anglesa, va poder tenir unes regles comunes bàsiques per a tots els equips. Tot i que hi ha diverses versions respecte a quin és el primer partit oficial de futbol (algunes veus diuen que el 1860, altres el 1863), la majoria coincideixen a dir que va ser el 19 de desembre de 1863 quan es va disputar el primer partit de futbol oficial. En ell s'enfrontaven els equips anglesos *Barnes Football Club* contra el *Richmond Football*

---

<sup>4</sup> Efe. (2017, 13 de setembre). El deporte de élite reclama mayor reconocimiento para el género femenino. *Eldiario.es*. Consultat el 20 de novembre del 2018, des de [https://www.eldiario.es/canariasahora/Deportes/deporte-reclama-reconocimiento-genero-femenino\\_0\\_686282167.html](https://www.eldiario.es/canariasahora/Deportes/deporte-reclama-reconocimiento-genero-femenino_0_686282167.html)

*Club* i el resultat va ser de 0-0. Aquest va ser el primer partit disputat sota les regles i normes de la FA.<sup>5</sup>

Les dones d'Europa no van ser alienes a aquest nou esport que estava sorgint i la curiositat i/o l'interès va créixer. Quasi 20 anys després que es crees oficialment el futbol, exactament el 1881, es va crear un equip femení escocès anomenat *Mrs. Graham's XI*, tot i tenir l'opinió de la societat i de la premsa en contra. Els primers partits que van disputar van ser interromputs per les invasions al camp dels aficionats i els intents d'agressió a les jugadores. Tot aquest ambient contrari als partits de futbol femení va ser "alimentat per alguns sectors de la premsa que consideraven inadequat el *joc rude* per a les dones".<sup>6</sup> Nerrie Honeyball, una activista dels drets de la dona, va crear l'equip femení *British Ladies Football Club*, que va disputar el que es considera oficialment que va ser el primer partit de futbol femení. Aquest es va jugar el 23 de març de 1895 al Crouch End Athletic Ground de Londres i es van enfrontar les jugadores del nord i del sud del *British Ladies Football Club*. El resultat va ser de 7-1 a favor de les del nord i hi van assistir més de 10.000 espectadors. Les impressions de la premsa van ser diverses: va haver-hi detractors i defensors. En el primer grup es trobava diaris com el *Bristol Mercury*, que deien el següent:

*"No saben i mai sabran jugar al futbol com s'ha de jugar. Nosaltres, per la nostra part, ens alegrem de què les dones no sàpiguen jugar al futbol. I encara que fossin capaces de fer-ho, aquest esport sempre serà inapropiat per al seu sexe".*<sup>7</sup>

Altres diaris com *The Guardian*, en canvi, es mostraven a favor del futbol femení:

---

<sup>5</sup> Muro. *El primer partido de fútbol en la historia*. Consultat el 23 de novembre del 2018, des de <http://www.futbolday.com/reportajes/primer-partido-de-futbol/>

<sup>6</sup> ElCincoCero. (2018). *El primer partido de fútbol femenino en la historia*. Consultat el 23 de novembre del 2018, des de <https://www.elcincocero.com/noticias/detalle/58-selecciones/2974-el-primer-partido-de-futbol-femenino-en-la-historia>

<sup>7</sup> ElCincoCero. (2018). *El primer partido de fútbol femenino en la historia*. Consultat el 23 de novembre del 2018, des de <https://www.elcincocero.com/noticias/detalle/58-selecciones/2974-el-primer-partido-de-futbol-femenino-en-la-historia>

*“He de dir que la impressió que m’ha deixat el partit d’aquesta tarda ha estat la d’un espectacle bonic. La imatge d’una dona donant puntades de peu a una pilota pot ser molt gràcil, sempre que no vesteixi aquelles faldilles que resten tota l’estètica al joc”.<sup>8</sup>*

La dona va haver de lluitar contra la societat masclista del moment per poder jugar al futbol. Aquest creixement de la vida activa de la dona va coincidir amb l'increment del feminisme, on es reclamaven la igualtat política, econòmica i jurídica, ja que encara no entraven en el sufragi i reclamaven el seu dret a vot.<sup>9</sup> Per tant, va ser una revolució feminista que es va veure implicada també en el futbol.

### **2.3. Fent camí cap a Espanya**

A Espanya va trigar una mica més a arribar els primers partits de futbol, ja que a Espanya els sectors més conservadors no estaven d'acord amb aquesta introducció en l'esport femení.<sup>10</sup> En una societat patriarcal on la dona estava relegada a un paper secundari, era previsible que el fet que en algun àmbit se n'anés a equiparar -o com a mínim, intentar-ho- amb l'home, tindria impediments per part de la societat.

També hi havia un component estètic que no permetia avançar en aquest camí, ja que la vestimenta tradicional de les dones eren les faldilles o els vestits, i per practicar un esport com el futbol, necessitaven utilitzar pantalons, un fet pràcticament revolucionari en aquella època. Però, tot i tenir masses veus en contra de què les dones juguessin al futbol, aquesta pràctica va començar a prendre força. No va ser fins al 1914, el 9 de

---

<sup>8</sup> ElCincoCero. (2018). *El primer partido de fútbol femenino en la historia*. Consultat el 23 de novembre del 2018, des de <https://www.elcincocero.com/noticias/detalle/58-selecciones/2974-el-primer-partido-de-futbol-femenino-en-la-historia>

<sup>9</sup> Palanca, J. El feminismo durante el siglo XIX. *La Crisis de la Historia*. Consultat el 24 de novembre del 2018, des de [https://www.lacrisisdelahistoria.com/feminismo-siglo-xix/#El\\_origen\\_del\\_feminismo\\_del\\_siglo\\_XIX](https://www.lacrisisdelahistoria.com/feminismo-siglo-xix/#El_origen_del_feminismo_del_siglo_XIX)

<sup>10</sup> Torreadella, X. (2016) Fútbol en femenino. Notas para la construcción de una historia social del deporte femenino en España, 1900-1936. *Revistas científicas complutenses*, 7 (1), 318. Consultat des de <http://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/52710/48459>

juny exactament, que es va disputar el primer partit de futbol femení.<sup>11</sup> Va ser un amistós solidari, on els diners recaptats de les entrades van anar dedicats a la Federació Femenina, que lluitava contra la tuberculosi. Paco Bru, antic jugador de futbol, va crear un equip anomenat *Spanish Girl's Club*, el primer femení de futbol a Espanya. Les jugadores es van dividir en dos equips, el Montserrat i el Giralda. El partit es va disputar al camp de l'Espanyol i va tenir una bona acollida, on fins i tot va acudir el Capità General César Víctor Augusto del Villar. Com a fet de caràcter extraordinari que va tenir aquell partit, la premsa no podia faltar-hi i els comentaris deixaven veure l'opinió d'un gran sector de la població. El diari *El Diluvio* va fer una crònica l'endemà on es parlava de pràcticament tot menys del partit. Alguns dels fragments més masculistes van ser els següents:

*“Les debutants, repartides en dos onzes titulats Montserrat i Giralda, es van presentar correctament vestides de pantaló bombatxo, brusa i mitja alta. El problema principal en la vestimenta femenina, el pentinat, el van resoldre cadascuna de la seva manera, si bé resulta, com a més pràctic, tallat a la romana.”*

*“La impressió produïda pel partit és que el si femení no permet les carreres ràpides que exigeix el joc.”*

*“S’han d’evitar en les melées empenyar-se amb els braços i no tenir por a la pilota quan vagi directa al pit, petits detalls que, indubtablement, gràcies a la intel·ligència del senyor Bru, es corregiran en els successius partits.”<sup>12</sup>*

L’11 de juny, dos dies després del partit, *El Mundo Deportivo* va fer també una crònica, més masculista encara que l’anterior, titulat *Les nenes futbolistes*:

---

<sup>11</sup> Ortiz, M.A. (2018, 7 de març). Las Spanish Girl's Club: Viajamos hasta la España de 1914 para conocer al Spanish Girl's Club, el primer equipo femenino de la historia del fútbol español. *Panenka*. Consultat el 23 de novembre del 2018, des de <https://www.panenka.org/pasaportes/10816/>

<sup>12</sup> Ortiz, M.A. (2018, 7 de març). Las Spanish Girl's Club: Viajamos hasta la España de 1914 para conocer al Spanish Girl's Club, el primer equipo femenino de la historia del fútbol español. *Panenka*. Consultat el 23 de novembre del 2018, des de <https://www.panenka.org/pasaportes/10816/>

*“Abans-d’ahir, en el camp de l’”Espanyol”, es va jugar el primer partit de futbol entre representants del sexe dèbil, que en aquell dia es van parangonar amb el fort.”*

*“Aquesta primera actuació de la dona en el viril futbol, no ens va satisfer, no solament pel seu poc aspecte esportiu, sinó que també perquè a les descendents de la mare Eva, les obliga a adoptar tan poc adequades com inestàtiques posicions, que eliminen la gràcia femenina.”*<sup>13</sup>

Aquestes eren algunes de les crítiques en la premsa que rebien, centrades en aspecte que quasi mai tenia a veure amb el joc. Aquest va ser el primer partit d’una gira prevista que tindria 13 partits per Espanya. A mesura que els partits s’anaven disputant, l’expectació anava creixent en cadascun i es va aparaular alguns partits en el sud de França, però el problema va venir amb l’esclat de la Primera Guerra Mundial, que va obligar a suspendre la gira i el *Spanish Girl’s Club* va acabar morint.

## **2.4. Moments d’auge i de censura pel futbol femení europeu**

Mentre que a Espanya el futbol femení moria, a Europa, renaixia. Durant la Primera Guerra Mundial, els homes cada vegada escassejaven més: molts morien en la guerra, altres acabaven mutilats... per tant, en les indústries i les fàbriques hi va haver un moment on no podien fer distinció entre home i dona si volien que la producció seguís endavant. A Anglaterra, les dones van entrar a les fàbriques a treballar i van passar a denominar-se *munitionettes*. Aquestes dones obreres van començar a jugar a futbol en les fàbriques en els seus moments de descans. En el 1917 van crear-se diversos equips de futbol femení en les fàbriques del nord industrial d’Anglaterra i van jugar alguns partits entre si per recaptar diners per a fins benèfics. El fet que el futbol masculí estigués parat a causa de la guerra va ajudar a augmentar l’èxit i el beneplàcit

---

<sup>13</sup> Ortiz, M.A. (2018, 7 de març). Las Spanish Girl’s Club: Viajamos hasta la España de 1914 para conocer al Spanish Girl’s Club, el primer equipo femenino de la historia del fútbol espanyol. *Panenka*. Consultat el 23 de novembre del 2018, des de <https://www.panenka.org/pasaportes/10816/>

per part dels diaris, que ja no se centraven tant en aspectes extraesportius com la indumentària i se centraven més en el partit pròpiament.<sup>14</sup>

A mitjans de 1917 es va organitzar la *Munitionettes' Cup* i va tenir una molt bona acollida. La final es va jugar el maig de 1918 davant de més de 20.000 espectadors i les guanyadores van ser les *Blyth Spartans Ladies*, que van adquirir una certa fama. La popularitat del futbol femení anava augmentant en el nord d'Anglaterra i s'anava estenent cap al sud, però l'armistici de la Guerra, signat el novembre d'aquell mateix any, va suposar una nova frenada a l'expansió de l'esport. A causa d'una llei proclamada l'agost de 1919 pel govern britànic, les dones van haver de deixar els seus llocs de treball en les fàbriques i perquè els homes que tornaven de la guerra recuperessin la seva feina. Per tant, pràcticament tots els equips de futbol de les *Munitionettes* van desaparèixer... parcialment.

El *Dick, Kerr Ladies FC*, nascut el 1917, va seguir jugant partits i tenien el seu públic fidel. Aquest equip va arribar a tenir el rang de semiprofessional, tot i que les dones seguien treballant a la fàbrica. Precisament uns partits que van jugar contra la selecció francesa femenina van fer que el futbol femení tornés a renéixer. El partit que va marcar un abans i un després va ser el de les *Dick, Kerr Ladies FC* contra el *St. Helen's Ladies* en el Goodison Park davant de més de 53.000 persones. La importància que estava adquirint aquest equip femení va ser tal que va superar en nombre d'espectadors a partits de la lliga masculina. Aquest fet va propiciar que el 5 de desembre de 1921 la FA fes una resolució on s'afirmava que el futbol no era apropiat per a les dones. Per tant, ens trobem novament amb què, a mesura que la popularitat del futbol femení pujava, la preocupació per part del sector masculí també en veure que perdien control i situació de superioritat respecte a les dones.<sup>15</sup>

El sector femení, lluny de conformar-se amb la resolució, va crear l'English Ladies Football Association (ELFA) i una nova competició, però no va adquirir la mateixa

---

<sup>14</sup> Marinello, J.C. (2018). *Fútbol femenino: Breve historia de un deporte prohibido*. Consultat el 24 de novembre del 2018, des de <https://serhistorico.net/2018/07/17/futbol-femenino-breve-historia-de-un-deporte-prohibido/>

<sup>15</sup> Weeks, J. (2015). *De cómo la Federación inglesa prohibió el fútbol femenino*. Consultat el 24 de novembre del 2018, des de <https://sports.vice.com/es/article/jpwee3/como-federacion-inglesa-prohibio-futbol-femenino-dick-kerrs-ladies-inglaterra-preston>

importància perquè no es van definir amb la categoria de professionals. Tot i aquest fracàs, les *Dick, Kerr Ladies FC* van fer una gira per Nord Amèrica de 9 partits on es van enfrontar a equips masculins, on van aconseguir 4 victòries, 2 empats i 3 derrotes. En tornar a Anglaterra, van adonar-se que el ressò internacional no havia servit de gaire perquè la posició de la FA va seguir igual i això va acabar amb el futbol femení a Anglaterra. Seguint l'estela europea ens traslladem a França, on el futbol femení també va gaudir de gran importància. Els motius pels quals va triomfar van ser diferents respecte al país britànic. Per una banda, l'impuls del futbol femení va arribar des de les classes mitjanes, no des de les fàbriques, ja que la societat volia el desenvolupament d'una raça forta i no podien fer distinció entre home i dona a l'hora d'enfortir la societat. El 1917 es va crear la Federació de Societats Esportives Femenines i això va donar una gran empenta al futbol femení. Semblava que tot anava a favor però en els anys 20, l'actitud envers el futbol femení va tornar a canviar i el van titllar de perillós per a la salut i la maternitat, a més de destacar la pèrdua de feminitat que comportava. Per tant, tal com va passar amb Anglaterra, quan el futbol femení començava a ser una opció real en l'esport, les institucions esportives i la crítica de la societat el feien retrocedir.<sup>16</sup>

Curiós és que les seleccions femenines d'aquests dos països disputessin a Barcelona un partit organitzat pel sindicat de periodistes. Va ser el 1923 i va ser l'única revifada del futbol femení que hi va haver a Espanya després del *Spanish Girl's Club*. La crònica que va oferir el diari *Stadium* deia el següent:

*“Hem de confessar que el futbol no s’ha fet per a la dona i que la dona no s’ha fet per al futbol”.*

*“Nosaltres li tenim horror al marimacho. I és indubtable que el futbol femení tendeix a la formació de més complet, perfecte, acabat i esgarriós tipus de marimacho”.*

---

<sup>16</sup> Marinello, J.C. (2018). *Fútbol femenino: Breve historia de un deporte prohibido*. Consultat el 24 de noviembre del 2018, des de <https://serhistorico.net/2018/07/17/futbol-femenino-breve-historia-de-un-deporte-prohibido/>

*“El futbol és un esport al qual sense exagerar podríem qualificar d’antifemení”.*<sup>17</sup>

## **2.5. El futbol femení en temps de república i dictadura**

Després de la breu reaparició del futbol femení a Espanya gràcies al partit internacional, el silenci va retornar al territori espanyol. El moment social que es vivia tampoc el va acompanyar gaire. Sí que és cert que l'esport femení, en general, va augmentar en importància durant la Segona República. En el context europeu, hi va haver un augment de la visibilització de les dones esportistes i, mitjançant la premsa popular gràfica i esportiva, va arribar a la dona espanyola. Aquest aspecte de visibilització sumat als inicis de la igualtat de la dona en alguns aspectes legals en la Constitució de 1931, com eren la igualtat electoral entre ambdós sexes en l'article 36 o el rebuig de la distinció per motiu de sexe quant a les garanties individuals i polítiques<sup>18</sup>, van fer que la dona en l'àmbit esportiu guanyés més presència i importància. L'any 1932 es van crear els equips femenins del Llevant, Espanya, Atlético i València, els quals se'ls considera els primers equips femenins en Espanya. Aquests equips van realitzar gires esportives per jugar diversos partits en ciutats com Barcelona, Sant Sebastià, Oviedo, Saragossa, Osca, Tarragona, etc. A més, també van fer el salt a Sud-Amèrica, ja que van disputar alguns partits a Brasil, Xile, Argentina i Mèxic.<sup>19</sup>

Tot i aquesta sensació generalitzada de millora i de llibertat femenina, la societat seguia sent molt patriarcal i seguia tenint la figura de l'home com el centre de la família, del treball, de l'esport i de la majoria dels àmbits de la vida. Després de la Segona República va arribar la Guerra Civil, que va assetjar el país d'una forma cruel i vil entre el bàndol republicà i el bàndol nacional. Mesos abans de finalitzar la guerra,

---

<sup>17</sup> Ortiz, M.A. (2018, 7 de març). Las Spanish Girl's Club: Viajamos hasta la España de 1914 para conocer al Spanish Girl's Club, el primer equipo femenino de la historia del fútbol espanyol. *Panenka*. Consultat el 23 de novembre del 2018, des de <https://www.panenka.org/pasaportes/10816/>

<sup>18</sup> Pujadas, X. (2013). *De espectadoras a protagonistas. Las mujeres y el deporte en la IIª República española (1931-1936)*. Consultat el 25 de novembre del 2018, des de <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/11570>

<sup>19</sup> Torrebadella, X. (2016) Fútbol en femenino. Notas para la construcción de una historia social del deporte femenino en España, 1900-1936. *Revistas científicas complutenses*, 7 (1), 318. Consultat des de <http://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/52710/48459>



exactament el 21 de desembre de 1938, el general Moscardó, el que seria nomenat en 1941 delegat nacional d'Esports i president del Comitè Olímpic Espanyol, va crear el diari *Marca* i va deixar veure quina seria la política esportiva nacional un cop acabés la Guerra Civil:

*“Tot és funció de l'Estat, nosaltres nomenarem els presidents de la Federació, que, al seu torn, per comptar amb la nostra absoluta confiança inspiraran els moviments d'aquelles en els procediments que s'estimen més eficaços per a l'interès de la Pàtria i quan hi hagi una equivocació fonamental aquell senyor deixarà de ser grat i la seva substitució serà inapel·lable”.*<sup>20</sup>

Per tant, *Marca* va passar a ser el diari esportiu del règim, que va veure en l'esport una altra faceta on tenir el control de la població. Dins dels esports, el rei d'aquests seria el futbol. Masculí, òbviament.

Arriba el Franquisme, que durant 40 anys va representar una dura repressió per a diversos col·lectius entre els quals s'incloïa la dona. El discurs antifeminista empleat pel govern de Franco feia percebre la dona com a un ésser inferior a l'home i la relegava a les tasques de casa. Per tant, les noves polítiques de gènere impulsades per Franco van suposar una radicalització del model domèstic, on la feminitat havia d'estar sempre present. Òbviament, l'esport femení, i més en concret el futbol femení, no casava gaire bé amb aquesta idea imposada des del franquisme.<sup>21</sup>

En l'àmbit esportiu, l'expansió de l'esport femení va frenar en sec després de diverses dècades en creixement, amb una gran incidència en la Segona República. En els col·legis, l'Educació Física estava dissenyada a partir de dos conceptes: en preparar l'home per a servir a la pàtria i a la dona per tenir fills, ja que tot l'esport que feien elles estava orientat a la prevenció de la salut per tal que s'assegurés la maternitat

---

<sup>20</sup> Rivero, A. *Edad contemporánea: deporte y sociedad durante el franquismo, su organización y desarrollo en las diferentes etapas de la dictadura*. Consultat el 25 de novembre del 2018, des de [http://museodeljuego.org/wp-content/uploads/contenidos\\_0000000289\\_docu1.pdf](http://museodeljuego.org/wp-content/uploads/contenidos_0000000289_docu1.pdf)

<sup>21</sup> Carceller, A. (2014) *Sección femenina. La mujer dentro del franquismo*. Consultat el 25 de novembre del 2018, des de <https://losojosdehipatia.com.es/cultura/historia/seccion-femenina-la-mujer-dentro-del-franquismo/>

d'aquestes. Per tant, l'exercici que feien les dones era menor al dels homes i això contribuïa a seguir amb l'estigma de què la dona era més dèbil.<sup>22</sup>

Durant el franquisme, el futbol va guanyar molta importància i molt reconeixement. El fet de focalitzar gran part de l'atenció en el futbol, va fer que la resta d'esports, com l'atletisme, fracassessin pel poc finançament que rebien de part de les institucions locals i provincials. A més, el Reial Madrid va tenir una època gloriosa en els anys 50, on va guanyar 5 copes d'Europa, i no hi ha res com tenir un equip guanyador i competitiu per aconseguir atenció mediàtica. Mitjans de comunicació escrit i les ràdios van contribuir al fet que augmentés la dimensió que anava adquirint l'esport rei en la societat. La televisió va arribar a Espanya l'any 1956, pel que a partir d'aquest punt, i més específicament a partir de la dècada dels 60, el futbol guanya encara més en importància en el tercer pilar comunicatiu que tenia el país. Tot aquest augment d'importància futbolística estava centrada en l'home, la dona no havia tornat a jugar a futbol oficialment des del 1923 amb el partit internacional entre França i Anglaterra, tal com s'explicava uns paràgrafs més amunt. A partir de la dècada dels 60, el govern franquista va posar en marxa el Pla d'Estabilització, que consistia en una sèrie de lleis i decrets que feien un gir a l'economia espanyola i van abandonar l'autarquia tan característica dels primers anys del govern franquista. Aquest fet produeix un creixement econòmic destacat en àmbits com, per exemple, el turisme.<sup>23</sup>

Davant la nova dinàmica econòmica del país, la dona va començar a incloure's en el mercat laboral per atendre a la recent demanda de treball que hi havia en el país. La posició de la dona en la societat, per tant, va deixar d'estar tan arrelada a la condició de "mestressa de casa" i va començar a tenir una posició més rellevant socialment i en àmbits com l'esport. Tot i que ja ho feien en l'anonimat durant els anys anteriors, a partir de la dècada dels 60 els equips femenins de diversos esports van començar a ser més visibles, com van ser el bàsquet, el voleibol o l'handbol. Això va quedar palès

---

<sup>22</sup> Pujadas, X.; Garay, B.; Gimeno, F.; Llopis, R.; Ramírez, G.; Parrilla, J.M. (2012). *Mujeres y deporte durante el franquismo (1939-1975). Estudio piloto sobre la memoria oral de las deportistas*. Universidad Pablo Olavide, (10), 3-4. Consultat el 28 de novembre del 2018, des de

[https://www.upo.es/revistas/index.php/materiales\\_historia\\_deporte/article/view/533/683](https://www.upo.es/revistas/index.php/materiales_historia_deporte/article/view/533/683)

<sup>23</sup> Moreno, J. (2018). *Etapas del franquismo – Resumen*. Consultat el 28 de novembre del 2018, des de [https://www.unprofesor.com/ciencias-sociales/etapas-del-franquismo-resumen-1994.html#anchor\\_1](https://www.unprofesor.com/ciencias-sociales/etapas-del-franquismo-resumen-1994.html#anchor_1)

en els Jocs Olímpics d'Hivern del 1960 a Squaw Valley o els de l'Estiu a Roma, on les dones van tornar a competir en l'àmbit olímpic. És el cas de l'esquiadora Marian Navarro als JJOO d'hivern o la delegació d'onze dones que van competir en els Jocs Olímpics de Roma.<sup>24</sup> El futbol, però, encara seguia estancat en aquesta progressió. L'evolució del futbol femení va trigar alguns anys més, pot ser per la percepció masclista i patriarcal que tenia la societat de què el futbol era un esport massa masculí i massa viril per ser practicat per una dona.

## 2.6. La dècada dels 70: l'inici de l'assentament del futbol femení

Va ser a la dècada dels 70 quan el futbol femení va prendre l'empenta que la història li devia. El 8 de desembre de 1970 es va disputar el primer partit de futbol femení oficial després de dècades de sequera. Aquest es va disputar al camp de Boetticher, situat a Madrid, i es van enfrontar els equips *Sizam* de Madrid i *Mercacredit*.<sup>25</sup> El partit va acabar amb victòria de *Sizam* per 5 a 1 i d'aquell partit va sorgir una de les primeres estrelles femenines del futbol espanyol: Conchi Sánchez. Tant va ser la importància que va adquirir aquesta jugadora de 13 anys per aquells temps que la premsa la va anomenar "Conchi Amancio" en referència a una de les figures històriques del Reial Madrid. En aquelles dates van sorgir diversos equips més de futbol femení: la Peña Femenina Barcelona, el Polideportivo Fuengirola i el Racing de Valencia. Aquests tres equips més el *Sizam* van competir el gener de 1971 en el Trofeu Fuengirola, el que es concep com el primer campionat de futbol femení a Espanya.<sup>26</sup>

Hi va haver dos partits polèmics el 1971 però que van ajudar a què es visibilitzés més el futbol femení. Aquest partit enfrontava els equips *Las Folclóricas* i las *Finolis*. Aquests no eren uns equips de futbolistes pròpiament dits, ja que eren artistes de la

---

<sup>24</sup> Fernández, V. (2018). *Deporte con nombre de mujer en España*. Consultat el 28 de novembre del 2018, des de <http://deporadictos.com/historia-y-realidad-deporte-femenino-en-espana/>

<sup>25</sup> Ruiz, R. (2015, 9 de març). Primer partido de fútbol femenino español 1970. *Periódico Distrito Villaverde*. Consultat el 29 de novembre del 2018, des de <https://www.districtovillaverde.com/primer-partido-de-futbol-femenino-espanol-1970/>

<sup>26</sup> Bonachera, R. (2011, 20 de desembre). Fuengirola, pionera en el fútbol femenino. *Vavel*. Consultat el 29 de novembre del 2018, des de <https://www.vavel.com/es/futbol/2011/12/20/53036.html>

faràndula. En les *Folclóricas* hi figuraven artistes com Lola Flores, Rocío Jurado o Marujita Díaz, vestint la samarreta del Betis, i en el de les *Finolis* estaven Encarnita Polo o Luciana Wolff, amb la samarreta del Rayo Vallecano. Els dos partits es van disputar a Vallecas i al Sánchez Pizjuan i va estar organitzat pel president del Rayo, Pedro Ruíz.<sup>27</sup> Aquest esdeveniment, per una banda, va demostrar que el futbol femení no es prenia seriosament i va deixar una imatge desdibuixada del que realment significava aquest esport i la lluita que comportava, però a la vegada, va apropar aquest esport a la societat. Un altre fet que les va desprestigiar va ser les pel·lícules *Las Ibéricas F.C.* i *La liga no es cosa de hombres*, que tractava amb sorna el paper de les dones futbolistes.

Per tant, sembla que en la dècada dels 70 el futbol femení va tornar a ser visible gràcies a l'aparició de nous equips i a espectacles com el de *Las Folclóricas*. La via per la qual van encaminar-se per tal de seguir en el camí de visibilitzar i formalitzar el futbol femení va ser l'opció internacional. Rafael Muga va crear la selecció espanyola femenina i el 21 de febrer de 1971 es van enfrontar a la selecció femenina de Portugal. El partit va acabar amb empat a 3 en el marcador, però no va estar exempt de polèmica, ja que van jugar amb la desaprovació de la Secció Femenina, que era una branca del franquisme, del Col·legi d'Àrbitres de Múrcia i del propi àrbitre que s'anava a encarregar del partit. Un altre lleig que va tenir el futbol femení espanyol va ser la negativa de la Federació Espanyola a organitzar la tercera edició del Mundial de futbol de 1972 a Espanya. José Luis Pérez Payá, el president de la Federació Espanyola, va afirmar pel diari *Marca*:

*“No estic en contra del futbol femení, però tampoc m’agrada. No ho veig molt femení des del punt de vista estètic. La dona en samarreta i pantaló curt no està molt afavorida. Qualsevol vestit regional els hi quedaria millor”.*<sup>28</sup>

Amb aquestes paraules demostraven que, tot i els progressos que s'anaven fent en aquest esport, el pensament de les persones involucrades en l'àmbit futbolístic seguia

---

<sup>27</sup> Naboulsi, O. (2016, 25 d'agost). El día en que Lola Flores y Rocío Jurado se pusieron flamencas por el fútbol femenino. *Playground*. Consultat el 30 de novembre de 2018, des de [https://www.playgroundmag.net/sports/Lola\\_22669071.html](https://www.playgroundmag.net/sports/Lola_22669071.html)

<sup>28</sup> Ortiz, M.A. (2016, 1 de juny). Cuando elles recuperaron el balón. *Panenka*. Consultat el 3 de desembre, des de <https://www.panenka.org/miradas/historia-futbol-femenino-espana/>

sent molt masclista i no hi havia pitjor trava que aquesta per avançar. En l'àmbit nacional, el 5 de maig de 1971 es va constituir el Consell Nacional de Futbol Femení mitjançant una reunió dels presidents de 13 clubs espanyols, però l'any següent queda dissolt per diferències entre els diferents clubs.<sup>29</sup>

Durant la dècada dels 70, llavors, van començar els primers moviments seriosos per establir el futbol femení, però les concepcions masclistes de la societat, de la premsa i de les altes esferes futbolístiques van frenar una revolució que ja començava a ser imparable. També hi va haver un fet que va marcar la història d'Espanya: la mort del dictador Francisco Franco el 20 de novembre del 1975. Aquest esdeveniment va concedir més llibertat social i més reivindicacions feministes, recollides en jornades com les Jornades Nacionals per a l'Alliberació de la Dona, la qual va ser la primera trobada feminista a Espanya. Totes les trobades i reivindicacions que es van fer, van veure reflectit el seu esforç en la Constitució de 1978, on es van assentar les bases per eliminar la desigualtat jurídica entre l'home i la dona.<sup>30</sup> El futbol femení es va aprofitar d'aquesta revolució feminista i d'aquest naixement de llibertats socials arran de la mort del dictador.

En l'àmbit europeu, el 1970 l'English Ladies Football Association va decidir organitzar dos campionats mundials que es disputarien anualment: a Itàlia el 1970 i, a Mèxic, el 1971.<sup>31</sup> Precisament, el tercer campionat mundial és el que va rebutjar Espanya a l'hora d'organitzar-lo. El 1971 també va finalitzar la prohibició de la Football Association d'Anglaterra de practicar el futbol femení. Per tant, el fet que un dels països pioners del futbol donés el vistiplau al futbol femení va desencadenar la creació de lligues femenines en diversos països, com van ser França, Alemanya, Itàlia o Anglaterra. Si canviem a un subjecte més global, els Estats Units aprova una esmena el 1972 que diu així:

---

<sup>29</sup> Martínez, V. (2011). Los primeros pasos del futbol femenino en España. *Cuadernos de Fútbol*, (20), 5. Consultat el 3 de desembre del 2018, des de <http://www.cihefe.es/cuadernosdefutbol/2011/04/los-primeros-pasos-del-futbol-femenino-en-espana/>

<sup>30</sup> Folguera, P. *El feminismo en la era del cambio*. Consultat el 3 de desembre del 2018, des de <http://www.vallenajerilla.com/berceo/folguera/feminismoenlaeradelcambio.htm>

<sup>31</sup> Postils, A. (2018). *¿Y nosotras? ¿Podemos jugar?* Consultat el 3 de desembre del 2018, des de <https://masquefootball.com/historia-futbol-femenino/>

*“Cap persona en els Estats Units, per raons de sexe, podrà ser exclosa o exclosa de participar en, ser denegat de beneficis de, o estar subjecte a discriminació sota qualsevol programa educatiu o activitat que rebi assistència financera federal”.*<sup>32</sup>

L'esmena prometia un accés equitatiu a l'educació, incloent-hi l'esportiva, per a homes i dones. Aquesta ajuda legal va contribuir a l'augment de dones que practicaven el futbol. El 1975, el Brasil també va eliminar la prohibició oficial que tenia el futbol femení. Totes aquestes passes endavant a escala internacional i espanyol mostraven l'evolució que estava aconseguint l'acceptació del futbol femení en un camí que cada cop agafava més força.

## **2.7. La dècada dels 80: la revolució del futbol femení**

El 1980 és la data que queda marcada amb una X al calendari esportiu espanyol. La Federació Espanyola va reconèixer finalment el futbol femení i va permetre la creació “oficial” (tot i que ja portava vigent des de feia quasi 10 anys) de la selecció espanyola femenina. El primer partit que va inaugurar aquesta categoria d'oficial es va jugar el 1983 contra Portugal, amb qui, curiosament, van disputar també el primer partit extraoficial el 1971. Tot i aquest reconeixement per part de la Federació Espanyola, la categoria amb les quals se les definia era la de “semiprofessionals” i no de professionals. Això comportava que els salaris que podien guanyar les jugadores no fossin equiparables al dels homes, ja que se les considerava “aficionades” i això no els donava dret a guanyar tants diners com els jugadors.<sup>33</sup>

En aquesta dècada van néixer les competicions nacionals espanyoles de major reputació: la Copa de la Reina i la Lliga Femenina. La primera va néixer el 1981 sota el nom de Copa Reina Sofia, però la versió definitiva es va aconseguir dos anys més

---

<sup>32</sup> *Enmiendas de Educación de 1972, Título IX y su implementación de su Reglamento contenido en 34 CFR Parte 106 (Título IX)*. Consultat el 5 de desembre del 2018, des de [http://www.caribbean.edu/decanato\\_estudiantil/TITULO%20IX.pdf](http://www.caribbean.edu/decanato_estudiantil/TITULO%20IX.pdf)

<sup>33</sup> Martínez, V. (2011). Los primeros pasos del futbol femenino en España. *Cuadernos de Fútbol*, (20), 5. Consultat el 5 de desembre del 2018, des de <http://www.cihefe.es/cuadernosdefutbol/2011/04/los-primeros-pasos-del-futbol-femenino-en-espana/>

tard, el 1983, i va canviar el seu nom a Copa de la Reina. Les vencedores de l'edició de 1981 van ser les jugadores de l'equip gallec *Karbo Deportivo*. Aquest equip mereix especial reconeixement, ja que va ser un dels conjunts femenins més premiats en aquella època.<sup>34</sup> Va aconseguir una Copa de la Reina Sofia el 1981 i tres Copes de la Reina (1983, 1984 i 1985), però la victòria per les quals se les recorda més és pel 4-2 aconseguit contra l'equip masculí Larache. El *Mundo Deportivo* publicava aquesta notícia sobre la victòria en la final en la Copa de la Reina Sofia de 1981:

*“La trobada va ser molt disputat amb jugades d'autèntica qualitat, mostrant les contendents notòria classe. Finalment va fer seu el títol merescudament el conjunt corunyès que es va mostrar més perillós i incisiu que el seu antagonista”.*<sup>35</sup>

Aquí ja es podia apreciar un canvi en la forma d'escriure que tenia la premsa. Òbviament seguien havent-hi comentaris masclistes, però, en alguns mitjans, començaven a fixar-se en aspectes purament futbolístics i no complementaris, com per exemple la forma en què anaven vestides, tal com passava feia 60 anys.

La segona competició nacional i la més important naixia el 1988 sota el nom de Lliga Nacional Femenina i organitzada per la Reial Federació Espanyola de Futbol (RFEF). En aquesta primera edició de la Lliga hi van participar només 9 equips, els quals van ser: l'Olimpico Fortuna, el Futbol Femení Parque Alcobendas de Madrid, el Club Deportivo Puende Castro Femenino de Lleó, el Club Deportivo Atlético Santa María del Camí de les Illes Balears, el Vallès Occidental Aluvall, el Real Club Deportivo Espanyol Inreplast, el Club Femení Barcelona, el Centre d'Esports Sabadell Futbol Club i la Penya Barcelonista Barcelona Deco Parquet. Al final de la temporada, alguns mitjans com *El Mundo Deportivo* van donar per exitosa la primera lliga femenina:<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Iglesias, J.M.(2016, 21 de juliol). Karbo Deportivo, un pasado con honores. *Vavel*. Consultat el 5 de desembre del 2018, des de <https://www.vavel.com/es/futbol/2016/07/21/deportivo-de-la-coruna/671975-karbo-deportivo-un-pasado-con-honores.html>

<sup>35</sup> Hemeroteca *El Mundo Deportivo* (29 de juny de 1981). Consultat el 7 de desembre del 2018, des de <http://hemeroteca.mundodeportivo.com/preview/1981/06/29/pagina-20/1079450/pdf.html#&mode=fullScreen>

<sup>36</sup> Castañer, C. En busca de la igualdad en el fútbol femenino espanyol. *ElDiario.es*. Consultat el 8 de desembre del 2018, des de <https://branded.eldiario.es/igualdad-futbol-femenino/#about>



*“Aquest passat cap de setmana va arribar al final la primera edició de la Lliga nacional femenina. Un debut d'aquesta competició en l'àmbit estatal que s'ha de considerar un total èxit i un gran encert dels seus impulsors: el president de la RFEF Ángel María Villar i la presidenta de la federació femenina María Teresa Andreu. Esportivament ha estat molt interessant per la competitivitat, en general, dels equips participants i també per l'alt nivell demostrat per les jugadores que hi van actuar[...]”.*<sup>37</sup>

Començava d'aquesta forma una lliga que ja porta 30 edicions, tot i que no sempre s'ha anomenat de la mateixa forma. Al llarg de la seva història, la lliga femenina s'ha anomenat de les següents formes: Divisió d'Honor femenina (1995/96), Superlliga femenina (2001/02), la Primera Divisió de Futbol (2011/12) i, per últim, Lliga Iberdrola (2016/17).

La dècada dels 80, més enllà de l'àmbit espanyol, també va ser molt exitosa a escala europea. La UEFA va decidir en una conferència realitzada el 19 de febrer de 1980 que s'hauria d'engegar una competició d'equips nacionals femenins. Aquest es tradueix en el primer Campionat Europeu de Futbol Femení, jugat entre 1982 i 1984, des que es van jugar els partits classificatoris previs fins que es juga la final. Tot i la decisió d'engegar-la, no va comptar amb l'aprovació de tots els membres de la UEFA i per això no va tenir l'estatus d'oficial.<sup>38</sup> El campionat es va jugar en la ciutat de Göteborg i es va jugar un partit d'anada, el 21 de maig de 1984, i un de tornada, sis dies després, on va guanyar la selecció sueca.<sup>39</sup>

Encara s'haurien de jugar dues Eurocopes més: el 1987, on va guanyar Noruega, i el 1989, on va guanyar Alemanya. La FIFA també es va introduir en el món del futbol femení en la dècada dels 80, exactament en l'any 1988. La Federació Internacional de Futbol, vist que s'estaven quedant enrere quant a l'esport femení perquè ja estava

---

<sup>37</sup> Hemeroteca *El Mundo Deportivo* (3 de maig de 1989). Consultat el 8 de desembre del 2018, des de <http://hemeroteca.mundodeportivo.com/preview/1989/05/03/pagina-26/1196252/pdf.html>

<sup>38</sup> Saffer, P. (1984, 16 de gener). 1984: El primer éxito de las suecas. *UEFA*. Consultat el 10 de desembre del 2018, des de

<https://es.uefa.com/womenseuro/season=1984/overview/index.html#1984+el+primer+exito+suecas>

<sup>39</sup> UEFA Women's Competition. (2013, agost). *UEFA*. Consultat el 10 de desembre del 2018, des de [https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Women/General/01/99/05/49/1990549\\_DOWNLOAD.pdf](https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Women/General/01/99/05/49/1990549_DOWNLOAD.pdf)



pràcticament consolidat en bona part dels països, va decidir crear la Copa Femenina d'Invitació de la FIFA, un torneig de caràcter extraoficial que es va organitzar a la Xina on la selecció guanyadora va ser Noruega. Al partit de la final hi van assistir més de 45.000 espectadors i va resultar un èxit absolut, tant, que 18 dies després la FIFA va aprovar la creació de la Copa Mundial Femenina.<sup>40</sup> Per tant, la dècada dels 80 es va presentar com la confirmació i l'explosió del futbol femení, on es van crear les grans competicions a escala mundial i europea i, a Espanya, la Lliga i la Copa. Ja era un fet, el futbol femení ja s'havia assentat.

## **2.8. La dècada dels 90: les conquestes a escala global del futbol femení**

Si fem una valoració global d'aquells anys, podem veure que el futbol com a esport es va començar a convertir en el futbol com a empresa, on els negocis, les finances, el màrqueting i els patrocinis van començar a adquirir una dimensió sense precedents a Espanya.<sup>41</sup> Un dels màxims referents que representava aquest canvi en la mentalitat futbolística dins d'Espanya era Josep Lluís Núñez, qui va ser president del Barça des del 1978 fins al 2000. Núñez era un home de negocis que havia fet una gran fortuna en el món immobiliari en els anys 80 però, en el Barça, buscava el reconeixement que no havia tingut anteriorment. El president que més anys va dirigir el Barça serà recordat per diverses coses, però potser una de les més importants va ser la lluita per aconseguir un millor repartiment dels drets televisius. La televisió ja portava en funcionament diverses dècades a Espanya i aquesta, juntament amb la resta de mitjans de comunicació, va començar a tractar el futbol d'una forma que tampoc s'havia fet fins al moment. Van començar les lluites mediàtiques entre els principals equips espanyols, com eren el Barça i el Madrid. El futbol ja era, llavors, un esport que produïa molts diners i que apareixia molt en televisió, s'hi parlava molt a la ràdio i a la premsa escrita, i, en general, tenia un pes bastant important en la societat.

---

<sup>40</sup> Una camiseta dorada y verde llena de historia. (2015, 24 de setembre). *FIFA World Football Museum*. Consultat l'11 de desembre del 2018, des de <http://es.fifamuseum.com/stories/blog/una-camiseta-dorada-y-verde-llena-de-historia-500483/>

<sup>41</sup> UEFA - década de los 90 y el nuevo milenio. *UEFA*. Consultat l'11 de desembre del 2018, des de <https://es.uefa.com/insideuefa/about-uefa/history/1990s-and-new-millennium.html>

La progressió que havia tingut el futbol femení havia estat espectacular fins al moment: lligues nacionals, copes, trofeus europeus i mundials... però hi havia un problema: seguia sense tenir, ni de lluny, una rellevància similar a la del futbol masculí. La societat seguia sent masclista i se seguia considerant el futbol com a un esport d'homes per a molts sectors de la societat. Aquesta priorització de l'home seguia sent un impediment i una trava molt important en el camí de les dones, no solament en el futbol, sinó en la societat en general.

Tot i aquesta invisibilització del futbol femení en els mitjans de comunicació, l'ampliació de competicions i d'acceptació en els organismes internacionals de futbol va seguir endavant. La UEFA va acollir per primera vegada en 1991 i de manera oficial la competició europea de futbol femení, ja que en l'anterior dècada havia estat aprovat el Campionat Europeu de Futbol Femení però sense l'acceptació de tots els membres. Així, el torneig va passar a anomenar-se Competició Europea d'Equips Representatius Femenins de la UEFA i les vencedores van ser l'equip d'Alemanya, que va guanyar a l'equip de Noruega per 3-1 en la final celebrada a Dinamarca. El 1991 va ser important també per la creació de la Copa Mundial de Futbol Femení de la FIFA. Per primera vegada es feia un mundial oficial de noies, i les guanyadores van ser les jugadores de la selecció dels Estats Units. La final es va celebrar el 30 de maig del 1991 i el partit que enfrontava Noruega i els Estats Units va quedar amb un resultat d'1-2.

Un altre àmbit que va conquerir el futbol femení eren els Jocs Olímpics. Fins al moment, les dones participaven en diverses modalitats esportives però en el futbol encara no havien pogut participar. Això canvia el 1996, en els Jocs Olímpics d'Atlanta. La final es va disputar l'1 d'agost de 1996 al Sanford Stadium i els equips que van arribar a l'últim partit van ser la Xina i els Estats Units. El resultat a ser d'1-1 però en els penals van acabar guanyant les estatunidenques. Per tant, en la dècada dels 90 veiem que el futbol femení va conquerir oficialment àmbits nacionals, continentals i internacionals, però el seu gran enemic seguia sent la discriminació mediàtica enfront del futbol masculí.

## 2.9. Nou mil·lenni: la indiferència mediàtica persisteix

L'any 2000 arriba i amb ell el canvi de segle i de mil·lenni, i també una nova competició que es posa en marxa: la UEFA Women's Champions League. Aquesta decisió es va prendre en la reunió de París del 23 de maig de 2000, on es va decretar que l'any següent es disputaria la primera edició de la Champions femenina. Els equips que van arribar a la final van ser el suec Umeå Idrottsklubb i l'alemany Frauen-Fußball-Club Frankfurt, que va acabar amb victòria de les alemanyes per 2-0. La final va congrega més de 12.000 persones i Gergard Aigner, president executiu de la UEFA, va celebrar l'èxit que van tenir:

*“Aquesta final ha estat un gran esdeveniment en tota Europa. S’ha pogut veure a dos equips hàbils adoptant bones tàctiques i posant en pràctica un futbol ofensiu. Això ha estat molt positiu per als anys venidors”.*<sup>42</sup>

Si fem un recordatori general fins al moment, veiem que les dones es van integrar en les competicions professionals internacionals i nacionals de futbol però la cobertura mediàtica i la importància que tenien en els mitjans seguia sent mínima. Ni tan sols amb el periodisme digital, que s'anava obrint pas amb el nou mil·lenni, la situació canviava. Diaris digitals esportius com el *Sport* o el *Marca* seguien sense donar importància al futbol femení i, si els donaven un espai en el web, era cap al final amb notícies molt puntuals. La societat en els anys 2000 començava a evolucionar novament cap a un pensament més feminista després de més de 10 anys on la importància del feminisme havia decaïgut. La victòria del PSOE el 2004 va tenir una gran importància en el paper de la dona en la societat, ja que la legislatura del president José Luís Rodríguez Zapatero va centrar-se en qüestions de la igualtat de gènere.<sup>43</sup>

Un dels problemes que tenia la dona en el nou mil·lenni era que la societat estava envellint a causa de la disminució de nadons i això provocava que la mentalitat

---

<sup>42</sup>Frankfurt claim maiden crown. *UEFA*. Consultat el 14 de desembre del 2018, des de <https://www.uefa.com/womenschampionsleague/history/season=2001/>

<sup>43</sup>Fartakh, A. (2013, 24 de juny). El nacimiento del movimiento feminista contemporáneo en España. *Mundiarío*. Consultat el 14 de desembre del 2018, des de <https://www.mundiarío.com/articulo/sociedad/el-nacimiento-del-movimiento-feminista-contemporaneo-en-espana/20130624203344005425.html>

dominant fos la de les generacions més grans. Les noves generacions advocaven més per un paper més igualitari, mentre que bona part de les generacions d'adults i vells encara estaven ancorats en un pensament masclista fruit de la societat patriarcal en què es vivia -i en la qual encara es viu-. Potser aquest és el motiu principal pel qual el futbol femení no triomfava tant en els mitjans de comunicació.

Els mitjans de comunicació -ens centrarem en els esportius-, per molt que tinguin com a funció principal donar una visió plural de la informació esportiva d'actualitat, no deixen de ser empreses. Com a tal, funcionaran sota la llei de l'oferta i la demanda. El reclam més important d'informació esportiva seguia sent la dels esports masculins, en especial la del futbol, fruit de què la societat seguia tenint un component de pensament masclista i que seguia considerant l'home com a centre de l'esport rei. En un estudi realitzat sobre les notícies publicades des de 1979 fins al 2010 dels 4 diaris esportius espanyols de més importància -*AS, Marca, Sport i El Mundo Deportivo*-, se senyalava que en un 92% de les notícies, el subjecte principal era l'home i en un 5%, la dona era el subjecte principal. D'aquest 5%, un 2,18% la dona sola era la protagonista, mentre que en un 2,93% la dona compartia el protagonisme de la notícia amb un home.<sup>44</sup>

Per tant, observem que la invisibilització de la dona esportista en el món mediàtic era majúscula. El problema que s'afegia al tractament de les notícies que feien els mitjans de comunicació era que moltes vegades, el llenguatge utilitzat en les notícies referents al futbol femení -i a l'esport en general- acostumava a portar una discriminació lingüística amb elles. Un exemple clar seria nomenar a les jugadores femenines d'alguna forma diminutiva en contraposició a les notícies masculines. Per exemple, quan a les jugadores les nomenen com a "les noies de -i el nom de l'entrenador en qüestió-". En les notícies de futbol masculí mai diuen "els nois de...", sinó que utilitzen expressions com "els homes de..." o "els jugadors de...". El simple fet de dir "homes"

---

<sup>44</sup> Sainz, C. (2014). El género de los protagonistas en la información deportiva (1979-2010): noticias y titulares. *Revistas científicas complutenses*, 20 (2), 1228-1230. Consultat el 14 de desembre del 2018, des de [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2014.v20.n2.47062](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47062)

per una banda i “noies” per una altra ja és una expressió que està deixant de menys a la dona.<sup>45</sup>

Després del tractament lingüístic, el principal problema dels tractaments de notícies era la selecció de contingut informatiu on la qüestió principal de la notícia tenia poc o res a veure amb l'esport pròpiament dit. Moltes de les notícies acostumaven a estar construïdes per a ser un reclam sexista i atraure el públic masculí: notícies on el més important és destacar atributs físics de les esportistes i deixant els mèrits esportius com a una mera anècdota.<sup>46</sup>

És fàcil veure, llavors, que el component de bellesa en les futbolistes i esportistes fa que se les considerés com a un objecte de desig, i “les esportistes que són considerades belles tenen més recurrència en els mitjans no pels seus assoliments, sinó per la seva aparença”.<sup>47</sup> Aquest reclam per atraure el públic masculí que apareixia en els mitjans de comunicació era fruit del pensament de la societat masculina envers el futbol femení. Un exemple de reclam sexista es va donar el 2016, quan el diari generalista *El Mundo* va publicar una fotogaleria sota el nom de “Buenorras internacionales en els Jocs Olímpics”. Després que la notícia es fes viral, van canviar el títol de la notícia a “La llista d'atletes olímpicament atractives”, però el contingut d'aquesta i les fotografies seguien sent exactament les mateixes.<sup>48</sup>

Un altre dels casos més clars d'intentar atraure l'atenció cap al futbol femení a través dels atributs físics de les jugadores va quedar palès el 2004 amb unes declaracions que va fer Joseph Blatter, qui va ser president de la FIFA des del 1998 fins al 2015. L'antic president va afirmar que les dones futbolistes “haurien d'utilitzar pantalons curts

---

<sup>45</sup> Rojas, J.L. (2010). La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista. *Vivat Acadèmia*, (113), 125-133. Consultat el 16 de desembre del 2018, des de <http://dx.doi.org/10.15178/va.2010.113.122-136>

<sup>46</sup> Fontecha, M. (2016, 9 de març). Deporte y feminismo: una relación difícil. *Pikara Magazine*. Consultat el 16 de desembre del 2018, des de <http://www.pikaramagazine.com/2016/03/deporte-y-feminismo-una-relacion-difcil/>

<sup>47</sup> Chávez, D. A. (2016). *Fútbol Femenino: Antecedentes, Actualidad y Cobertura Mediática* (Treball Fi de Grau. Universidad San Francisco de Quito). Consultat des de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5213/1/124578.pdf>

<sup>48</sup> Sexismo en las noticias deportivas: la discriminación nunca acaba. (n.d.) Consultat el 17 de desembre del 2018, des de <http://www.comunicacionygenero.com/sexismo-las-noticias-deportivas-la-discriminacion-nunca-acaba/>

més cenyits i samarretes sense mànigues, per a crear una estètica més femenina”. Amb aquest teòric nou uniforme es pretenia “atraure a més homes com a espectadors”.<sup>49</sup> Un altre de la llarga llista de lletjos que ha fet la FIFA cap al futbol femení va ser el 2012, quan Joseph Blatter i altres dirigents de l'organisme de futbol internacional, en l'acte de la Pilota d'Or d'aquell any, no van saber qui era Alex Morgan, una de les jugadores internacionals dels Estats Units més importants, que justament va ser escollida com a la tercera millor jugadora de la temporada.

En l'àmbit econòmic potser ha estat on més s'ha apreciat aquesta discriminació en la FIFA. El futbol femení rep solament un 15% dels diners que la FIFA entrega a la federació de cada país, i el 85% restant va a parar al masculí. Un altre exemple seria que Alemanya va rebre 31 milions d'euros el 2014 per haver guanyat el Mundial, mentre que els diners que es van destinar a les seleccions femenines en total va ser de 13 milions d'euros. Per tant, és fàcil apreciar que l'organisme principal del futbol va delectar-se en la bona feina que havien fet impulsant el futbol femení gràcies a la creació de competicions internacionals, però a la mateixa vegada, seguia sense reconèixer algunes de les personalitats més importants del futbol femení i el deixava sempre com a un subordinat del futbol masculí.<sup>50</sup>

## **2.10. La revolució del futbol femení espanyol**

A Espanya, el futbol femení comença a notar un canvi important en la dècada actual. En 2011, el nombre de llicències de noies i dones que practicaven futbol era de 36.282, i en 2017 va passar a 60.329. Un augment espectacular del 60% que denotava el creixement de les noies que practicaven futbol a Espanya, un creixement pràcticament sense precedents fins al moment.<sup>51</sup> Hi va haver un partit que va marcar un punt

---

<sup>49</sup> Cambio de imagen. [Entrada blog]. Consultat des de <https://sites.google.com/site/historiadelfutbolfemenino/cambio-de-imagen>

<sup>50</sup> Kelly, M. (2015, 8 de juny). *De cómo la FIFA ha dañado el fútbol femenino*. Consultat el 17 de desembre del 2018, des de <https://sports.vice.com/es/article/vvaawj/de-cmo-la-fifa-ha-danado-el-futbol-femenino>

<sup>51</sup> Hidalgo, M. (2018, 24 de desembre). *El punto de inflexión del fútbol femenino: entre la explosión definitiva y la rémora del machismo*. Consultat el 18 de desembre del 2018, des de [https://www.eldiario.es/sociedad/ano-futbol-femenino\\_0\\_849715178.html](https://www.eldiario.es/sociedad/ano-futbol-femenino_0_849715178.html)

d'inflexió: l'Athletic Club de Bilbao contra el F.C. Barcelona, on les blaugranes van guanyar 0-2 i es van coronar com a campiones de la Lliga. 26.000 persones hi van acudir a veure al partit i la Lliga, veient la tirada i la visibilització que estava adquirint el futbol femení, va impulsar un nou organisme el 2015 que s'anomenava Associació de Clubs Femenins de Futbol. En aquesta entitat s'hi agrupaven equips de Primera i Segona Divisió i el seu objectiu era crear estratègies per tal de potenciar el futbol femení. Una d'aquestes estratègies era la d'aconseguir patrocinadors per tal de realçar la presència que podria tenir en els mitjans de comunicació.<sup>52</sup> No és casualitat, llavors, que la companyia energètica Iberdrola passés a ser el patrocinador oficial de la Lliga femenina en la temporada 2016/2017.

Des de l'entrada d'Iberdrola en el futbol femení, la publicitat i l'aparició en els mitjans de comunicació, a més de la retransmissió de partits, no ha deixat de créixer. En la temporada passada, 2017/2018, es van retransmetre 105 partits en directe i va aconseguir una audiència acumulada de 7 milions d'espectadors durant tota la temporada.<sup>53</sup> Sense dubte, dades que estan lluny d'equiparar-se amb les del futbol masculí, que en la temporada passada va aconseguir 139 milions d'espectadors fins a la jornada 30 (de 38 que té la lliga) solament des de la televisió de pagament,<sup>54</sup> però també és un augment d'audiència molt gran respecte als anys anteriors que ajuda a seguir amb la labor tan important que estan realitzant aquestes associacions. Altres marques que han apostat pel futbol femení són Stanley, dedicada exclusivament a la secció femenina del Barça o Herbalife, patrocinador de l'Atlètic de Madrid femení, entre d'altres. Aquests dos patrocinis serien potser els més importants en representar els dos equips més forts de la Lliga Iberdrola. És fàcil pensar, llavors, que el futbol femení està en una tendència molt positiva on s'està revalorant tant en importància com mediàticament.

---

<sup>52</sup> Pedraza, J. (2018, 10 de setembre). *España es una potencia (también) en fútbol femenino*. Consultat el 18 de desembre del 2018, des de [https://elpais.com/deportes/2018/09/10/actualidad/1536565151\\_435200.html](https://elpais.com/deportes/2018/09/10/actualidad/1536565151_435200.html)

<sup>53</sup> Pedraza, J. (2018, 10 de setembre). *España es una potencia (también) en fútbol femenino*. Consultat el 18 de desembre del 2018, des de [https://elpais.com/deportes/2018/09/10/actualidad/1536565151\\_435200.html](https://elpais.com/deportes/2018/09/10/actualidad/1536565151_435200.html)

<sup>54</sup> LALIGA. (2018, 5 d'abril). *Nota informativa*. Consultat el 18 de desembre del 2018, des de <https://www.laliga.es/noticias/nota-informativa-sobre-los-datos-de-audiencia-televisiva-de-los-clubes-de-laliga-santander>

Aquest augment de patrocinis i de visibilització mediàtica ve de la mà de l'onada feminista dels últims anys. La lluita per la igualtat entre homes i dones ha pres una importància majúscula recentment. Fets com la victòria de Donald Trump en els Estats Units o la campanya viral del #Metoo, on les actrius de Hollywood explicaven per xarxes socials capítols d'assetjament que havien patit, van posar el feminisme en el centre del panorama social en multitud de països. Mostra d'això és que en 2017, la paraula "feminisme" va ser la més buscada en Internet en els Estats Units.<sup>55</sup> Precisament Internet i les xarxes socials, com Twitter, han estat el mitjà on el feminisme s'ha fet molt més present i ha tingut una funció didàctica per a milers de twitters. És molt comú veure avui en dia usuaris que en Twitter corregeixen tweets que diuen comentaris ofensius contra les dones (o contra qualsevol altre col·lectiu) i això ha ajudat a crear consciència. Twitter també s'ha utilitzat per viralitzar les notícies on quedava palesa la discriminació que hi havia contra l'esport femení -o el futbol, específicament- en detriment del masculí. Un dels exemples seria el de l'última edició de la Copa de la Reina.

### **2.11. La discriminació mediàtica, el pitjor company de viatge**

La final de la Copa de la Reina de 2018 va enfrontar els dos equips més forts d'Espanya: el FC Barcelona i l'Atlètic de Madrid. El partit es va disputar l'1 de juny i les blaugranes es van proclamar campiones per 1-0, amb un gol en l'últim minut de la pròrroga de la jugadora Mariona Caldentey. Tanmateix, una de les notícies destacades d'aquell partit i que va despertar la indignació a Twitter va ser l'absència dels reis Felip VI i Letizia en la grada per a presenciar el partit.<sup>56</sup> Des que Felip VI va accedir al tron en 2014, no s'ha perdut cap cita de la Copa del Rei, mentre que no ha acudit a cap final de la Copa de la Reina. La presència de la institució monàrquica

---

<sup>55</sup> AFP Agencia. (2017, 14 de desembre). *'Feminismo', la palabra más buscada en Internet este año en EEUU*. Consultat el 20 de desembre del 2018, des de <https://www.elheraldo.co/mundo/feminismo-la-palabra-mas-buscada-en-internet-este-ano-en-eeuu-436006>

<sup>56</sup> Menayo, D. (2018, 28 de maig). *Una Copa de la Reina sin reina: un paso atrás para la igualdad*. Consultat el 20 de desembre del 2018, des de <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/opinion/2018/05/28/5b0beaec268e3e45068b4589.html>



seria un fet noticiable que ajudaria a seguir empenyant el futbol femení cap a la via de la igualtat. Un altre fet relacionat que va indignar a la comunitat twitera i, en general, a qualsevol seguidor del futbol femení, va ser l'absència de la notícia en les portades dels principals diaris esportius del país.

Si ens centrem en els diaris madrilenys, *Marca* va posar com a portada de l'edició del 2 de juny de 2018 l'allunyament de Pochettino com a nou tècnic del Real Madrid, i la notícia de la final de la Copa de la Reina va aparèixer com a notícia destacada en un dels requadres laterals. Quant al seguiment que va tenir, s'hi van redactar 5 notícies prèvies i solament 2 posteriors. El segon diari madrileny, *AS*, va obrir amb el títol "La prueba del '9'", fent referència al partit que jugaria la selecció espanyola contra Suïssa l'endemà. Novament, la notícia de la Copa de la Reina apareixia en un petit requadre en la cantonada inferior esquerra de la portada, reduint considerablement la importància que li donaven a la notícia. Aquesta discriminació mediàtica també quedava palesa en el seguiment que va tenir en el nombre de notícies escrites: 4 prèvies i 3 posteriors.

Si ens fixem en els diaris catalans, en el cas de *Sport*, la portada està centrada en l'intent de fitxatge del francès Griezmann per part del Barça. En aquest cas, la notícia de la Copa de la Reina apareix en un títol en la part més inferior de la pàgina, sense tenir ni un requadre com a mínim. *Sport* és amb diferència el mitjà que menys importància li dona a la victòria blaugrana, ja que solament fan una notícia prèvia i una posterior. En canvi, *El Mundo Deportivo* li dona la importància que mereix a la conquesta del títol per part del Barça femení. La portada se la dediquen a elles sota el titular de "¡CAMPEONAS!" i els hi dediquen 5 notícies prèvies i 8 posteriors.

La temàtica que segueixen els 4 diaris, generalment, en les notícies relatives a la final de la Copa de la Reina són la rivalitat dels últims anys entre el Barça i l'Atlètic de Madrid en aquesta competició, el comiat de la portera blaugrana Laura Ràfols, la polèmica de la senyera que van intentar penjar les jugadores blaugranes en el trofeu però Rubiales, el president de la RFEF, va intentar evitar-ho, i les declaracions posteriors al partit de part dels entrenadors d'ambdós equips.

És fàcil veure la diferència del tractament de les notícies que fan entre el futbol masculí i el femení. Si agafem el diari *Marca* com a element comparatiu, mentre que el futbol femení té 8 notícies dedicades de la final de la Copa de la Reina (2 prèvies, la notícia principal del partit, i 5 posteriors), la final de la Copa del Rey, que va enfrontar el Barça i el Sevilla, tenia 50 notícies dedicades.<sup>57</sup>

Per tant, el marc actual del futbol femení a Espanya presenta una situació de discriminació mediàtica enfront del futbol masculí perquè, per molta millora que s'hagi fet en els últims anys, segueix estant a una distància majúscula pel que fa a les xifres econòmiques i d'audiències. El futbol femení ha de passar encara per un gran augment de patrocinis i de visibilització mediàtica que combatin el sentiment masclista que pot haver-hi arrelat a certs sectors de la societat. Seguint la teoria *agenda setting*, són els mitjans de comunicació els encarregats de posar en l'ordre del dia les notícies per les quals la gent s'interessarà, per tant, és responsabilitat dels mitjans de comunicació el fet de donar més importància al futbol femení sense haver de dependre de la quantitat de patrocinis que pugui tenir.

---

<sup>57</sup> MARCA. *Final Copa del Rey*. Consultat el 22 de desembre del 2018, des de <https://www.marca.com/futbol/copa-rey/final.html>

### **3. EL PARTIT MÉS IMPORTANT DEL FUTBOL FEMENÍ ESPANYOL**

#### **3.1. CAPÍTOL 1: RADIOGRAFIA DEL FUTBOL FEMENÍ A ESPANYA**

Sandra Paños. Mapi León. Amanda Sampedro. Alexia Putellas. Jenni Hermoso. Lieke Martens. Marta Torrejón. Vero Boquete. Mari Paz. Toni Duggan. A primera vista, podrien ser noms que la gent no hagi llegit en els mitjans de comunicació ni hagi sentit mai parlar d'elles. La realitat és que aquests 10 noms representen a algunes de les jugadores més importants de la Lliga Iberdrola, el torneig estatal espanyol de futbol femení. Estem més acostumats a escoltar dia rere dia noms com Leo Messi, Luis Suárez, Antoine Griezman o Karim Benzema, entre molts d'altres que conformen les estrelles de futbol masculí a la lliga espanyola. Són els noms que surten sempre en les converses de bar dels dilluns al matí, els que més es criden i victoregen entre 80.000 persones als camps de futbol, o els que ocupen les portades dels diaris esportius de més tirada al país. En canvi, fins fa ben poc, els noms de les jugadores de futbol femení no eren coneguts si no era perquè els amants de l'esport s'estaven interessant en ell. Han hagut de passar anys i lluita perquè les espurnes de reconeixement del futbol femení s'instal·lin en molts països d'Europa i, recentment, a Espanya.

La tendència de desconeixement d'aquest esport va començar a canviar arran de la dècada de 2010. Fins aquell moment, en els diaris només es parlava del futbol femení en breus localitzats en les últimes pàgines, però aquesta situació va començar a revertir-se fa qüestió d'uns 10 anys: "Hem passat de donar un petit breu amb el resultat del Barça femení a tenir dues pàgines setmanals per a cròniques i reportatges i una secció fixa a la web que s'actualitza cada dia", explicava la Begoña Villarrubia, encarregada de la secció del futbol femení al *Mundo Deportivo*. Però... quins són els factors que propicien aquesta revalorització del futbol femení espanyol? No hi ha un de sol, són diversos motius els que fan que, de mica en mica i com si fos una taca d'oli, la seva atenció s'anés estenent en els mitjans de comunicació.

El primer motiu que va posicionar el futbol femení en el focus d'alguns mitjans de comunicació -sobretot catalans- va ser l'èxit del Barça femení al voltant del 2010. Xavi Llorens va ser l'artífex que va catapultar el Barça als llocs més alts en l'última dècada. Prèviament a Llorens, Natalia Astrain era l'encarregada de dirigir l'equip culer. Va agafar les rendes la temporada 2002/2003 i, dos anys després, va aconseguir pujar l'equip de categoria fins a la Superlliga -aquest era el nom anterior que tenia la Lliga Iberdrola-. Tot i aquesta millora, no va aconseguir fer un equip prou competitiu com per aconseguir destacar en la màxima competició i en la temporada 2006/2007, Xavi Llorens va agafar el seu testimoni. "El primer any baixarem, però després guanyarem la Lliga", preveia l'entrenador, i així va ser. Aquell mateix any van baixar a segona divisió, però només els hi va caldre una temporada per tornar a la màxima categoria. El paper de les seves jugadores va començar a millorar i va crear un equip competitiu, capaç de destacar en Espanya. Els resultats van començar a recol·lectar-se la temporada 2010/2011, quan l'equip blaugrana va guanyar la Copa de la Reina i la Copa de Catalunya. Feia molt de temps que el Barça no destacava en l'àmbit estatal i aquest fet va servir a alguns mitjans de comunicació per començar a prestar atenció al futbol femení, amb una mirada d'escepticisme, és cert, però com a mínim ja tenien alguns ulls al damunt.<sup>58</sup>

Aquell any d'èxits seria només el principi de l'època més gloriosa que ha viscut el vestuari culer en la seva història: quatre lligues consecutives i tres Copes de la Reina situaven el Barça en el punt àlgid del futbol espanyol, una posició que se li resistia feia temps i que va aconseguir que el futbol femení es trobés amb una atenció mediàtica que es mereixia. Atenció mediàtica breu, tot s'ha de dir. Encara s'havien de jugar molts partits i marcar molts gols per arribar al context actual. Un element que uneix el futbol ambdós gèneres és la Champions, la competició europea per excel·lència. La il·lusió per arribar el més lluny possible en aquest torneig va ser la impulsora de què el diari *SPORT* fes la primera portada de futbol femení en Catalunya. Aquesta portada va

---

<sup>58</sup> Futbol Club Barcelona. (2017, 9 de maig). *Perfil de Xavi Llorens: L'home de club que ha fet gran el futbol femení*. Consultat el 6 d'abril del 2019, des de: [https://www.fcbarcelona.cat/ca/noticies/764614/perfil-de-xavi-llorens-lhome-de-club-que-ha-fet-gran-el-futbol-femeni?\\_ga=2.3619312.1714898164.1554499061-13395489.1549836334](https://www.fcbarcelona.cat/ca/noticies/764614/perfil-de-xavi-llorens-lhome-de-club-que-ha-fet-gran-el-futbol-femeni?_ga=2.3619312.1714898164.1554499061-13395489.1549836334)

sortir el dia 23 de març de 2016 i portava com a títol *Hoy también juega el Barça*, en al·lusió al partit que s'havia de disputar al Mini Estadi per quarts de final contra el PSG.

Seguint en la línia blaugrana, aquesta temporada s'ha donat un fet històric: l'arribada del Barça a la final de la Champions. Després de guanyar al Bayern de Munic amb un marcador global de 2-0 en l'eliminatòria, el Barça va aconseguir ser el primer equip espanyol que es col·locava a una final de Champions. Aquesta la va disputar contra l'Olympique de Lió i, malauradament, van perdre per 4-1. L'expectació que va produir va fer que mitjans de televisius -GOL i Barça TV-, radiofònics -Catalunya Ràdio, per primer cop- i digitals -minut a minut dels mitjans esportius- retransmetessin el partit.

No hi ha res com un exponent nacional per treure pit i reclamar com a propi l'orgull de tenir un club en una competició europea, i en això el Barça ha ajudat molt al futbol femení. I en qüestió d'orgull nacional i patriòtic, la selecció espanyola femenina també ha estat un dels artífexs de l'augment d'atenció mediàtica cap a aquest esport. En els últims anys, les categories inferiors de la selecció espanyola no han parat d'engrandir el seu palmarès. Eurocopes i Mundials han estat conquerits per *Las Rojitas*, però se'n destaquen tres moments claus: l'Eurocopa de 2013, el Mundial de 2015 i el Mundial Sub-17 de 2018.

La selecció espanyola feia molt de temps que s'havia convertit en la "Ventafocs" dels partits de classificació. No tenia suficient nivell per competir contra altres seleccions que estaven en el top mundial, com podien ser Alemanya o Noruega. L'única Eurocopa on la selecció havia participat havia estat l'any 1997<sup>59</sup>, és a dir, van haver de passar 16 anys per tornar a situar Espanya en el mapa europeu del futbol. A més, ho van aconseguir amb una èpica: "Amb aquella eliminatòria contra Escòcia que es guanya en temps de descompte, Espanya es torna a posar en el panorama internacional 16 anys després que hi hagués una cita internacional. Crec que és un punt d'inflexió que fa despertar els mitjans", tal com explicava David Menayo, periodista encarregat de la secció de futbol femení del diari *Marca*. Precisament, Menayo va ser l'únic periodista espanyol acreditat per fer el seguiment de l'Eurocopa de 2013 a Suècia, on els ànims

---

<sup>59</sup> Menayo, D. (2012, 24 d'octubre). Sí, sí, sí, la Euro ya está aquí. *Marca*. Consultat el 6 d'abril del 2019, des de <https://www.marca.com/2012/10/24/futbol/seleccion/1351104046.html>

i les esperances tornaven de forma tímida cap a la selecció femenina després de tants anys fora del focus internacional, però que aviat es va despertar del somni. Espanya es va enfrontar a quarts de final contra Noruega i va caure eliminada per 3-1.<sup>60</sup> Finalitzava aquí el camí europeu, però no l'atenció que va despertar. Cert és que els mitjans de comunicació no van fer grans esforços per fer el seguiment del torneig, però com a mínim van aconseguir captar l'atenció per dir "Ep! Que estem aquí i estem fent història perquè hem aconseguit tornar a un campionat internacional després de 16 anys!", així que aquesta petita llum que van encendre les jugadores, es va fer més gran amb el Mundial de 2015.

Canadà era la seu del Mundial de futbol femení de 2015 i les terres canadenques serien les que veurien per primer cop en la història a la selecció espanyola en un campionat mundial. Els somnis i les esperances que es van dipositar en l'Eurocopa prèvia van tornar a aparèixer dos anys després, però amb un petit pas endavant quant a l'atenció que rebien. El fet de ser el primer mundial on participaven també va generar una expectació que les va mantenir durant uns dies en el focus d'atenció. Aquest somni, però, va finalitzar encara més ràpidament que l'Eurocopa de 2013, ja que Espanya no va aconseguir passar de la fase de grups. Tot i aquest revés esportiu, les xifres que va deixar el Mundial del Canadà van ser més esperançadores que mai a escala global: va tenir un impacte econòmic de 300 milions d'euros, una audiència mundial sense precedents i els espectadors que van assistir als estadis van superar el milió de persones.<sup>61</sup>

A més, en l'àmbit dels drets televisius, RTVE va transformar el seu interès en una acció real i va adquirir els drets per emetre els partits del Mundial.<sup>62</sup> Un dels aspectes noticiosos que més capten l'atenció de tothom és el conflicte, i aquest torneig en va deixar un de bastant gran per a la selecció espanyola, ja que les jugadores van

---

<sup>60</sup> Arena, K. (2013, 22 de julio). *Las noruegas machacan la inexperiencia de la Roja*. Consultat el 6 d'abril del 2019, des de [http://www.furiaroja.com/femenina/eurocopa\\_femenina\\_2013.html](http://www.furiaroja.com/femenina/eurocopa_femenina_2013.html)

<sup>61</sup> Tristán, C. (2019, 21 de març). Récord de aspirantes para organizar el Mundial femenino. *ABC*. Consultat el 6 d'abril del 2019, des de [https://www.abc.es/deportes/futbol/abci-futbol-record-aspirantes-para-organizar-mundial-femenino-201903210131\\_noticia.html](https://www.abc.es/deportes/futbol/abci-futbol-record-aspirantes-para-organizar-mundial-femenino-201903210131_noticia.html)

<sup>62</sup> Republica. (2015, 26 de mayo). TVE emitirá el Mundial femenino de fútbol a partir de la próxima semana. *Republica*. Consultat el 6 d'abril del 2019, des de <https://www.republica.com/2015/05/26/tve-emitira-el-mundial-femenino-de-futbol-a-partir-de-la-proxima-semana/>

demanar conjuntament la dimissió del que va ser entrenador de l'equip durant 27 anys, Ignacio Quereda. Les jugadores, mitjançant un comunicat conjunt, acusaven l'entrenador d'utilitzar mètodes "arcaics", de tenir males formes i de no haver preparat suficientment bé el Mundial.<sup>63</sup> Marta Torrejón, jugadora del Barça i de la Selecció espanyola, va explicar al programa "Espejo Público" d'Antena 3 una de les experiències més desagradables que va patir amb ell, quan Quesada la va acusar enmig d'un entrenament d'estar grossa i de què li sobraven 7 kg. "Considero que el tema físic és molt important, s'ha de vigilar l'alimentació d'un esportista, i si et sobren alguns kg doncs s'ha de cuidar i perdre'ls per competir al màxim. Però jo crec que hi ha moltes formes de dir-ho i no crec que en un entrenament, davant de tothom i fent un exercici, el comentari de "et sobren 7 kg" no és el més adequat",<sup>64</sup> explicava mitjançant una connexió en directe des de Mataró amb Susana Griso, la periodista i conductora del programa. Tot i negar-se en primera instància a abandonar el seu càrrec, finalment, el seleccionador va ser destituït a finals de juliol del 2015.

El 2018 va ser un any per emmarcar en el calendari futbolístic de la selecció espanyola femenina. La categoria Sub-17 va guanyar el Mundial d'Uruguai en la final que va disputar contra Mèxic (2-1). Un dels periodistes que més en pot parlar sobre aquesta victòria és David Menayo, cap de secció del futbol femení en el diari *Marca* i expert d'aquest esport. Ell va ser un dels artífexs de l'impuls a aquest esport a Espanya. Menayo és conscient que els mitjans de comunicació van donar molta importància a aquesta victòria, tal com ens explicava mitjançant una trucada telefònica: "Els mitjans de comunicació hem venut el campionat del món Sub-17 com si haguéssim guanyat el Mundial de Sud-Àfrica". Aquesta victòria, a més d'afegir un trofeu en el palmarès de la selecció, els va servir per guanyar el Premi Nacional de l'Esport del 2018<sup>65</sup>, i aquest

---

<sup>63</sup>Ep. (2015, 30 de juliol). Ignacio Quereda dimite como seleccionador de fútbol femenino. *Superdeporte*. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de <https://www.superdeporte.es/futbol/2015/07/30/dimite-ignacio-quereda-seleccionador-futbol/265226.html>

<sup>64</sup>Antena 3. (2015, 24 de juny). Las jugadoras de la selección femenina de fútbol piden la dimisión de su entrenador. *Antena3*. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de [https://www.antena3.com/programas/espejo-publico/noticias/jugadoras-seleccion-femenina-futbol-piden-dimision-entrenador\\_20150624571b042c4beb287a29174a95.html](https://www.antena3.com/programas/espejo-publico/noticias/jugadoras-seleccion-femenina-futbol-piden-dimision-entrenador_20150624571b042c4beb287a29174a95.html)

<sup>65</sup> MundoDeportivo.com. (2018, 5 d'abril). La selección Sub-17 femenina, Premio Nacional al Deporte 2018. *MundoDeportivo.com*. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de <https://www.mundodeportivo.com/futbol/femenino/20190227/46741731659/la-seleccion-sub-17-femenina-premio-nacional-al-deporte-2018.html>

títol no l'haurien aconseguit si els seus noms no comencessin a tenir ressò en els mitjans de comunicació. És curiós, llavors, com els mitjans de comunicació han tingut el poder de mantenir el futbol femení a l'ombra durant 30 anys però, alhora, han fet servir la seva influència per visibilitzar i que es donés més importància a aquest esport.

Les grans millores en els esports difícilment s'aconsegueixen sense una marca o un patrocinador al darrere. En un món que es mou per diners i per interessos, tenir algú que aposta per tu i que posa diners per donar-te a conèixer pot servir de molta ajuda. Això és el que va passar amb el futbol femení. La companyia elèctrica Iberdrola va anunciar l'agost de 2016 que passaria a ser el patrocinador principal de la lliga femenina, i el nom de la competició va passar a ser Lliga Iberdrola. Aquesta aposta formava part del programa "Universo Mujer" del Consell Superior d'Esports (CSD), que tenia com a objectiu promoure la participació de la dona en l'esport. A més del futbol, Iberdrola també dona suport a altres esports femenins, com són el rugbi (Divisió d'Honor Iberdrola) i el voleibol (Super Lliga Iberdrola).<sup>66</sup> Aquesta aposta pel futbol femení va venir acompanyada del suport econòmic de LaLiga, l'entitat encarregada de la lliga de futbol masculí. L'empresa Iberdrola aporta aproximadament uns dos milions d'euros anuals i LaLiga, en una acció conjunta, va decidir invertir també pel futbol femení amb la mateixa quantitat que posés la marca energètica.

A partir d'aquí, tot va venir rodat. Aquests diners van donar una empenta molt gran al futbol femení, ja que es van distribuir de forma equitativa entre els 16 equips de la Lliga femenina. Si els màxims responsables dels equips necessitaven diners per professionalitzar els equips, aquí els tenien. Aquesta professionalització dels equips, a grans trets, incloïa començar els entrenaments al matí, gaudir de les instal·lacions del club per fer els esmorzars i els dinars, serveis de fisioterapeutes, tenir uns vestidors més adequats a les necessitats de les jugadores...

Aquest procés de professionalització dels clubs i de les jugadores es va veure reflectit en l'augment de partits televisats. Aquesta unió del futbol femení i les televisions va començar el 2013 quan l'empresa audiovisual Mediapro va aprofitar el creixent interès

---

<sup>66</sup> Iberdrola. (2017, 24 de març). *Iberdrola y Universo Mujer: impulsando el deporte femenino*. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de <https://www.iberdrola.com/sala-comunicacion/noticias/detalle/iberdrola-y-universo-mujer-impulsando-el-deporte-femenino-6094793820170324>



que començava a suscitar el futbol femení per retransmetre partits per televisió. L'acord que tenia Mediapro amb la RFEF era retransmetre un partit per jornada de la Lliga femenina mitjançant el seu canal GOL Televisió. A partir de la temporada 2014/2015, el canal beIN Sports, també propietat de Mediapro, va passar a retransmetre els partits dels equips espanyols que disputessin la Women's UEFA Champions League. En l'actualitat, Mediapro ofereix un o dos partits per jornada en el canal GOL i Movistar+, qui va prendre el relleu a beIN LaLiga el febrer de 2019, retransmet dos partits per jornada.<sup>67</sup> Aimara Gil, la responsable de la secció de futbol femení en el diari AS i redactora d'aquest des de fa més de 12 anys, sap de la importància que té per a aquest esport -i per a la resta- que les televisions apostin per elles. “Per molts diners que t'arribin, si no aconsegueixes arribar a les cases de la gent, no pots tenir tirada”, tal com explicava per telèfon des de Granada.

Totes aquestes petites revolucions en l'última dècada han portat al futbol femení a una posició molt més favorable si la comparem amb els cinc o deu anys anteriors, però el que no hi ha dubte és que el marge de millora que té encara és abismal. I tots aquests canvis que s'han produït, en què han desembocat? Doncs el futbol femení a Espanya, fins a la temporada 2018/19, s'estructurava de la següent forma: hi havia la primera divisió nacional, anomenada “Lliga Iberdrola”, on participaven 16 equips. D'ells, els dos primers passaven a participar en la Champions de la temporada següent i els dos últims descendien a la segona divisió. Precisament, aquesta segona divisió estava formada per vuit grups, sis de la península i dos de les Canàries. Els set campions -dels dos grups canaris sortia només un campió que es decidia amb una eliminatòria a doble partit- i el millor segon equip dels vuit grups es creuaven en uns *playoffs* formats per dos grups. En total, 8 equips que es jugaven l'ascens a primera divisió, on només dos equips ho aconseguien.

En abril de 2019, la Real Federació Espanyola de Futbol (RFEF)<sup>68</sup> va aprovar una nova forma de competició de forma polèmica, ja que no va comptar amb el suport de

---

<sup>67</sup> Palco 23. (2019, 7 de febrer). Movistar+ toma el testigo de beIN y emitirá la Liga Iberdrola y la Copa de la Reina. *Palco 23*. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de <https://www.palco23.com/marketing/movistar-apuesta-por-el-futbol-femenino-emitira-la-liga-iberdrola-y-la-copa-de-la-reina.html>

<sup>68</sup> D'aquí en endavant, apareixerà com a **RFEF**.

la gran majoria d'equips. Només l'Athletic Club i el Barça dels 16 equips de primera van fer costat a la nova competició. Aquest nou model de competició comptarà amb dues divisions, la Primera divisió o A, amb 16 equips -que equivaldria a la Lliga Iberdrola- i la Segona Divisió o B, formada per 32 equips. De la Primera divisió sortirien els equips classificats per les competicions europees, a més de posar com a condició *sine qua non* que cada equip tindria un màxim de jugadores estrangeres i un mínim de jugadores del planter. De la Segona Divisió es faria una primera fase territorial, on es dividiria en els grups de nord i sud depenent de la seva situació geogràfica, i la segona fase estaria dedicada a decidir en quina divisió jugarien els equips la següent temporada. Per això, es crearia dues lliguetes: una on es juguessin l'ascens a Primera i una altra on es jugués el descens a la divisió inferior.<sup>69</sup>

Amb aquests canvis, la intenció de la RFEF era al de tenir un model més competitiu que l'actual i que fomentés el futbol base espanyol per tal que aquest esport fos el més practicat en les competicions femenines en un termini de 6 anys. "Crec que aquesta reestructuració concedirà més importància a aquest segon nivell i, competitivament, serà molt millor", va preveure Toña Is, la seleccionadora de l'equip espanyol Sub-17, en una entrevista que va realitzar per la FIFA aprofitant el Mundial Sub 17 a Uruguai.<sup>70</sup> Precisament, quant a l'àmbit nacional, la selecció espanyola femenina es divideix en quatre categories: l'Absoluta, la Sub-20, la Sub-19 i la Sub-17.

Tot aquest creixement i desenvolupament futbolístic femení ha ajudat a fer que les nenes s'animin a apuntar-se als clubs de les seves ciutats per practicar aquest esport. És per això que el nombre de llicències de noies que practiquen futbol a Espanya s'ha disparat i s'ha posat en xifres realment esperançadores: l'any 2017 es van superar les 60.000 llicències, el que suposava un creixement del 36% a Espanya. Si es compara

---

<sup>69</sup> Matilla, A; Arés, R. (2019, 29 d'abril). La RFEF aprueba la nueva y polémica Liga Femenina. AS.com. Consultat el 8 de maig del 2019, des de [https://as.com/futbol/2019/04/29/mas\\_futbol/1556539650\\_593688.html](https://as.com/futbol/2019/04/29/mas_futbol/1556539650_593688.html)

<sup>70</sup> FIFA. (2019). INFORME TÉCNICO. COPA MUNDIAL FEMENINA SUB-17 DE LA FIFA URUGUAY 2018. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de <https://resources.fifa.com/image/upload/fifa-u-17-women-s-world-cup-uruguay-2018-technical-report.pdf?cloudid=nasxtarjfhfhjsl8hkz>

amb 10 anys enrere, el 2007, el nombre de llicències era de tan sols 25.068, el que significa que el creixement en 10 anys ha estat de 140%.<sup>71</sup> Extraordinari.

L'optimisme d'aquestes xifres, però, es contraposa amb la realitat i amb les dues assignatures pendents més urgents que té el futbol femení a Espanya: la professionalització de la lliga i la firma del conveni col·lectiu. Pel que fa a la primera, tot i que les jugadores i els equips ja són majoritàriament professionals, la lliga com a tal no ho és. Segons la Llei de l'Esport, redactada el 1990, les úniques lligues professionals que hi ha a Espanya són la de futbol masculí i la de bàsquet masculí. Això comporta, per tant, que a la Lliga Iberdrola se la consideri una lliga amateur o semi professional.

Per altra banda, des de l'octubre de 2018 s'estan duent a terme les negociacions per constituir un Conveni Col·lectiu que reculli els drets i necessitats de les jugadores de futbol. Aquest conveni, presentat per l'Associació de Futbolistes Espanyols (AFE)<sup>72</sup> presenta 10 punts, i alguns dels més importants són els següents: augment el salari mínim a 20.000 € anuals, la inclusió d'un protocol sobre l'embaràs, la maternitat i la lactància de les jugadores que es quedessin embarassades, una millora dels drets d'imatge col·lectius...<sup>73</sup> En definitiva, una sèrie d'apunts que permetrien "homogeneïtzar les característiques contractuals com a treballadores de totes les jugadores que pertanyen a la Lliga Iberdrola", segons María José López, co-directora de l'assessoria jurídica de l'AFE.

El problema és que la temporada 2018/19 ha arribat a la seva fi i encara no s'ha arribat a un acord a causa de la incertesa davant del nou model competitiu proposat per la RFEF. El problema on no es posen d'acord és l'àmbit econòmic, en el qual l'AFE vol posar com a condició que les jugadores tinguin un sou de 20.000 € anuals i que els contractes parcials de les jugadores no superin més del 25% del total. Aquesta

---

<sup>71</sup>Matatoros, S. (2018, 7 de novembre). España, potencia emergente del fútbol femenino. *Expansión*. Consultat el 8 d'abril del 2019, des de <http://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2018/11/07/5be2ebf322601d51658b45ea.html>

<sup>72</sup> D'aquí en endavant, es nombrarà pel nom **AFE**.

<sup>73</sup>AFE. (2019, 20 de febrer). AFE presenta un bloque de propuestas para el Convenio Colectivo para el fútbol femenino profesional. *AFE*. Consultat el 8 d'abril del 2019, des de: <http://www.afe-futbol.com/web/noticia-detalle/afe-presenta-propuestas-para-el-convenio-colectivo-futbol-femenino-profesional>

parcialitat dels contractes fa referència al fet que a una jugadora la poden contractar per 10 hores diàries, quan la realitat és que futbolista s'és les 24 hores del dia. A causa del futur incert de la nova competició, l'Associació de Clubs de Futbol Femení (ACFF) no garanteix el compliment de les demandes i per això les negociacions estan estancades.<sup>74</sup> Aquestes desavinences han comportat que les jugadores de 13 equips de la Lliga Iberdrola hagin deixat el futur de la competició en l'aire fins que no es firmi el Conveni Col·lectiu.<sup>75</sup>

En conclusió, aquesta és la situació actual del futbol femení a Espanya, un esport que ha estat a l'ombra dels mitjans de comunicació i del món de l'esport en general durant 30 anys però què ha tingut un creixement exponencial en els últims 5 anys. Els mitjans de comunicació han estat la peça clau d'aquesta revalorització del futbol femení, però encara està molt enrere del seguiment que pot tenir el futbol masculí. Per tant, tot i les millores recents, encara queda un llarg camí al davant.

---

<sup>74</sup> De la Cruz, S. (2019, 12 d'abril). El convenio colectivo del fútbol femenino no sale del atolladero. *El Economista*. Consultat el 8 d'abril del 2019, des de <https://www.eleconomista.es/deporte-negocio/noticias/9820865/04/19/El-convenio-colectivo-del-futbol-femenino-no-sale-del-atolladero.html>

<sup>75</sup> Marca. (2019, 4 de maig). El comienzo de la próxima temporada del fútbol femenino, en el aire por el Convenio Colectivo. *Marca*. Consultat el 8 d'abril del 2019, des de <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/2019/05/04/5ccd7517ca47412d2d8b4627.html>

### 3.2. CAPITOL 2: L'OMBRA QUE COMENÇA A DEFINIR-SE

60.329. Aquesta és la xifra de llicències registrades de noies que practiquen el futbol. El creixement que s'ha donat en una dècada ha estat majúscul, d'un 140%. Això representa que en 10 anys, més del doble de noies juguen a futbol i s'ha aconseguit que aquell esport que practicava un nombre petit de dones, ara tingui més de 60.000 llicències registrades i es busqui des de la RFEF que sigui l'esport amb més llicències femenines. És una pena que el periodisme esportiu no li hagi donat l'altaveu necessari al futbol femení fins a l'actualitat, perquè potser estaríem parlant a hores d'ara d'un esport molt més evolucionat i no un que just està començant a enlairar-se.

Cal recordar que en aquest treball assagístic s'ofereix una aproximació a la realitat del futbol femení basat en la informació recollida i les entrevistes realitzades. És impossible tenir la veritat absoluta perquè cada grup o cada mitjà pot tenir el seu punt de vista, però el que s'exposa en aquestes pàgines, és modestament el propi de l'autora combinat amb l'experiència de la resta de veus.

El periodisme espanyol, en general, ha pecat de dos errors: de manca de sensibilitat i de manca de visió empresarial. El primer, perquè no han mostrat interès pel futbol femení fins als últims anys, malgrat que aquest esport té un llarg recorregut al territori espanyol, ja que fa 31 anys des que es va disputar la primera lliga femenina de futbol. Una de les veus que millor podia explicar aquest problema és Ernest Macià, professor de periodisme esportiu a la Universitat Ramon Llull i periodista de Catalunya Ràdio des de fa 15 anys, a més de ser col·laborador amb televisions internacionals com la BBC o la CNN: "Les redaccions esportives, majoritàriament, són masculines. [...] En ser masculines, els homes es fixen més en el que ha estat tota la vida, que és l'esport masculí. És més ràpid, és més fort, és més atractiu, omple més camps i, per tant, no es trenquen el cap en mirar res més". Aquesta manca de sensibilitat ha comportat que Espanya vagi a remolc d'altres països europeus, com poden ser Alemanya o França, on el futbol femení està molt més assentat.

El segon error ha estat la manca de visió empresarial. Mentre que omplir un diari amb pàgines i més pàgines del Barça o del Madrid els pot reportar una gran quantitat de

beneficis i lectors, els diaris estan deixant de banda l'opció de reduir el nombre de pàgines dedicades ja no només a un esport, sinó a un club, i aprofitar-les per informar d'altres esports. D'aquesta manera, es podria arribar a més públic que es pot trobar orfe per tenir poca informació al seu abast.

Aquests dos factors han anat millorant amb el pas dels anys. En l'actualitat, tot i aquesta predominança dels esports masculins, els mitjans s'estan començant a obrir més als esports femenins. A més, veure dones en les redaccions d'esports ja no són fets extraordinaris ni aïllats, sinó que és el més normal pràcticament. Aquests canvis de joc han coincidit amb un element social molt important: la nova onada feminista. Les dones han estat capaces d'alçar les veus i dir PROU, en majúscules, a la invisibilització mediàtica dels esports femenins. Aquestes reivindicacions per mostrar el paper important que tenen les dones esportistes s'ha vist molt clar en xarxes socials com Twitter. Cada vegada és més comú que els usuaris es corregeixin els uns als altres per tal de tractar amb el màxim respecte a cada col·lectiu de la societat, en el qual s'inclouen les dones. L'esport femení ha vist en la nova onada feminista la base per guanyar en ressò mediàtic. "S'ha d'aprofitar el moviment de base que hi ha en relació al feminisme i al paper de la dona, és a dir, l'equiparació en tots els àmbits. Penso que en l'actualitat s'està vivint una oportunitat fantàstica i penso que els mitjans de comunicació només s'han de deixar portar perquè la societat va cap aquí", explicava l'Ernest Macià.

Dins aquest moviment, s'ha aconseguit que el futbol femení creixi i que no ho hagi fet a costa de l'exhibició de la dona, tot i que hi va haver una proposta informal per fer-ho. Aquesta va venir de la mà de Sepp Blatter, qui va ser president de la FIFA des del 1998 fins al 2015. Les seves paraules van ser: "Que les dones juguin en roba més femenina com ho fan al volley. [...] Per exemple, podrien vestir pantalons més ajustats. Les jugadores són guapes, si em perdoneu que ho digui, i ja juguen amb algunes normes diferents de les dels homes, com jugar amb una pilota més lleugera. Aquesta

decisió es va prendre per crear una estètica més femenina, per què no fer-ho també amb la roba?”.<sup>76</sup> Afortunadament, ningú li va fer cas.

Per tant, veiem que el feminisme ha obert la porta dels esports femenins a una major visibilització en els mitjans de comunicació. A més de fer-li més cas, també parlen millor d'ell. Els nous enfocaments del periodisme estan fent que ja no es permeti parlar dels esports femenins a qualsevol preu. Mostra d'això és el cas de *El Mundo*, que en 2016, a propòsit dels Jocs Olímpics de Rio, va publicar la següent fotogaleria: “Buenorras internacionales en els Jocs Olímpics”. Aquesta publicació va indignar a la comunitat d'Internet i es van veure obligats a rectificar. En comptes d'eliminar la publicació masculista, només van canviar el títol de la fotogaleria: “La llista d'atletes olímpicament atractives”.

És important destacar el paper del “quart poder” en la societat. La ironia dels mitjans de comunicació és que han estat els culpables que el futbol femení no hagi tingut ni importància ni reconeixement en la societat des dels seus inicis, i ara estan sent els “culpables” de què aquest esport comenci a ser seguit pels aficionats del futbol. D'ençà d'uns tres anys cap aquí, les televisions retransmeten partits, en els diaris apareixen cada dia informació i notícies noves de futbol femení, ja no se'ls hi dedica només un breu en les pàgines finals, les xarxes socials dels equips donen informació dels clubs femenins, els successos importants poden arribar a sortir en portada en la premsa... tot aquest cúmul de seguiment informatiu està aconseguint que els clubs també apostin més per les seves seccions femenines i comencin a obrir el seu camp de futbol per a elles.

Un d'aquests exemples seria l'Atlético de Madrid-Barça que es va jugar al Wanda Metropolitano, l'estadi de l'Atlético masculí. El resultat de la suma dels mitjans de comunicació i dels anuncis del club madrileny van desembocar en el rècord d'espectadors en un partit femení en territori europeu: 60.739 assistents, en un estadi on la capacitat màxima és de 67.829. Un ple històric que no ve sol, ja que al gener, també es va aconseguir una xifra històrica d'assistents fins aquell moment: en el Nou

---

<sup>76</sup> Mara, K. (2015, 8 de juny). De cómo la FIFA ha dañado el fútbol femenino. *Vice*. Consultat el 13 d'abril del 2019, des de <https://sports.vice.com/es/article/vvaawi/de-cmo-la-fifa-ha-danado-el-futbol-femenino>

San Mamés, l'estadi de l'Athletic Club de Bilbao, es va disputar un partit entre l'Athletic Club i l'Atlético de Madrid i van anar 48.121 espectadors al camp.<sup>77</sup> Per tant, aquests rècords que s'estan donant en el futbol femení i aquest augment de seguiment informatiu i d'afició han estat possibles gràcies a l'aposta dels mitjans de comunicació per aquest esport.

Malgrat aquesta aposta mediàtica, la veritat és que, si es compara amb el futbol masculí, l'atenció que rep és molt menor. Per poder fer una comparació legítima i no basar-nos en paraules i judicis de valor buits, s'ha seleccionat com a mostra un fet important per l'esport d'ambdós sexes: la final de la Copa del Rei i la de la Copa de la Reina de la temporada 2017/18 i analitzarem el seguiment que van fer els 4 diaris esportius de més tirada a Espanya: *Sport* i *Mundo Deportivo*, com a diaris culers per una banda, i *AS* i *Marca* com a diaris madridistes i d'àmbit més estatal per una altra. En les dues finals, la victòria va anar per al conjunt blaugrana. En el cas del femení, el partit el van disputar l'Atlético de Madrid i el Barça el 2 de juny del 2018 i el resultat va ser de 0 a 1 a favor de les blaugranes. Per la banda masculina, el partit el van jugar el Sevilla i el Barça el 21 d'abril de 2018 i el resultat va ser de 5 a 0 a favor dels blaugranes.



Comencem amb el primer dels dos diaris catalans: ***Mundo Deportivo***. Aquest diari de tendència culer pertany al grup Godó i té una xifra de 397.000 lectors diaris, arribant així a la tercera posició del rànquing de diaris esportius més llegits a Espanya.<sup>78</sup> Pel que fa a la Copa de la Reina, el *Mundo Deportivo* va ser el diari que més ressò va fer del partit, ja que va arribar a les 13 notícies sobre l'esdeveniment (5 prèvies i 8 posteriors al partit). A més de ser el diari que més

<sup>77</sup> Efe. (2019). Un Wanda Metropolitano de récord: 60.739 espectadores en el Atleti-Barça. *Sport*. Consultat el 13 d'abril del 2019, des de <https://www.sport.es/es/noticias/futbol-femenino/wanda-metropolitano-record-60739-espectadores-atleti-barca-7359709>

<sup>78</sup> Pr noticias. (2018, 21 de desembre). 'Marca', el diario más leído en España en 2018. *Pr noticias*. Consultat el 14 d'abril del 2019, des de <https://prnoticias.com/prensa/prensa-pr/20171298-marca-diario-mas-leido-espana-2018>



notícies va publicar sobre el partit, també va posar com a portada de l'endemà la notícia de la victòria blaugrana sota el títol “¡CAMPEONAS!”. Tot i aquest esforç per donar-li una cobertura acceptable al futbol femení, la realitat és que la final de la Copa del Rei va guanyar per golejada el nombre de notícies. Només durant la setmana prèvia al partit ja se'n va publicar 91, mentre que del post partit es van publicar 62 notícies. Per tant, 153 notícies dedicades a la final de la Copa del Rei.

El segon diari culer és l'**SPORT**, propietat de grup Zeta. Aquest diari acumula una xifra de 364.000 lectors diaris i és el quart diari esportiu amb més tirada a Espanya. Dels quatre diaris que analitzarem, aquest és el que menys atenció va donar a la final femenina amb diferència, ja que només va publicar dues notícies: una prèvia i una posterior al partit, i amb prou feines va aparèixer a la portada, ja que la van dedicar a l'intent de fitxatge del francès Griezmann per part del Barça i l'anunci de la victòria apareix en la part més inferior de la pàgina. Per altra banda, a la final de la Copa del Rei li van dedicar, des de l'inici de la setmana en què es



Portada Sport 3 de juny de 2018

disputava el partit, 43 notícies prèvies i 23 notícies posteriors al partit. En total: 66 notícies dedicades a un sol partit.<sup>79</sup> Sent un diari culer, on sempre exalten les victòries del Barça, és indignant que només dediquessin 2 notícies a la final de la Copa de la Reina. Miki Soria, cap del futbol femení del SPORT, donava una explicació a aquesta desigualtat informativa mitjançant un tòpic: “li dones a la gent el que vol. Òbviament, al final acabes mirant el que li interessa més a la gent i la gent està acostumada a buscar-te a tu perquè li expliquis això, el color de les sabates de Messi, la tàctica de Valverde, etc”.

<sup>79</sup> HEMEROTECA SPORT. Consultat el 14 d'abril del 2019, des de <https://www.sport.es/es/copa-del-rey/p37/>



Portada Marca 3 de juny de 2018

Si viatgem cap al centre d'Espanya, ens trobem amb dos diaris, però analitzem primer el **Marca**. Aquest diari madrileny, propietat d'Unidad Editorial, és el diari esportiu més llegit a Espanya, amb xifres d'1.714.000 lectors diaris. Pel que fa a la Copa de la Reina, Marca va posar com a portada de l'endemà de la final l'allunyament de Pochettino com a nou tècnic del Reial Madrid, i la notícia de la final de la Copa va aparèixer com a destacada en un dels requadres laterals. Quant al seguiment que van tenir les dues finals, la diferència és abismal: mentre que

a la final masculina li dedicaven 50 notícies (8 com a prèvia del partit i 43 sobre el partit i el postpartit), a la final femenina li dedicaven 7 notícies (5 com a prèvia i només 2 relacionades amb el partit).<sup>80</sup>

“En cap part del món, per molt ben vist que estigui el futbol femení, es pot equiparar al futbol masculí, perquè el futbol al final és l'esport rei en tot el món, i ho és pel masculí”, explicava David Menayo, cap de secció del futbol femení del *Marca*. Precisament, per a un periodista com Menayo, dir aquesta sentència ha de fer mal, ja que va ser un dels impulsors del futbol femení a Espanya i un dels periodistes que més ha fet per visibilitzar aquest esport. “Quan jo vaig començar a treballar pel MARCA el 2007, vaig plantejar la possibilitat de fer alguna cosa de futbol femení i donar visibilitat [...]. Al principi es va començar a fer cròniques de la jornada, després es van anar fent reportatges i alguna entrevista, i en 2010 la informació que aconseguim i tractem és tanta que ja s'habilita una pestanya pròpia al futbol femení en la web”, explicava el periodista. Per tant, la informació esportiva del futbol femení ha anat augmentant bastant, però no fins al punt en què un trofeu del Barça sigui més important que el possible fitxatge d'un entrenador pel Reial Madrid. Tot s'ha de dir,

<sup>80</sup> MARCA. Final Copa del Rey. Consultat el 14 d'abril del 2019, des de <https://www.marca.com/futbol/copa-rey/final.html>

parlem d'un diari madridista, i tot i l'empenta que ha presentat per al futbol femení, reconèixer les victòries del principal competidor mai és plat de bon gust per a ningú.

Seguim amb el segon diari madrileny: l'**AS**. Aquest diari, propietat del Grup PRISA, és el segon diari esportiu més llegit a Espanya, amb una xifra de 832.000 lectors diaris. Sobre la notícia de la Copa de la Reina, AS la va deixar en un segon pla per posar com a portada l'especulació de qui jugaria com a davanter centre en el partit que disputava la selecció espanyola contra Suïssa l'endemà. Envers aquesta final, el diari madrileny va publicar 7 notícies relacionades amb el partit (4 prèvies i 3 posteriors), res a veure amb la xifra a la qual va arribar amb la



Copa del Rei. Durant la setmana en què es disputava el partit, l'AS va publicar 77 notícies prèvies i 53 notícies del partit i el post partit. En total, 130 notícies relacionades amb la final de la Copa del Rei. “La repercussió que té el futbol femení és la que té. Sí que va creixent a poc a poc, però igual que si obres un estadi per a una final de la Copa del Rei, els aficionats es barallaran per les entrades i hi haurà cua per comprar-les, en la final de Mérida [ciutat on es va celebrar la final de la Copa de la Reina] no es va omplir l'estadi, que és molt més petit de capacitat respecte al que sol omplir el masculí. Al final, s'ha de ser conscients de la repercussió que té el futbol femení i saber fins a on arriba”, explicava Aimara Gil, cap de secció del futbol femení a l'AS.

Precisament aquí rau el problema mediàtic que té el futbol femení. Avui en dia, la repercussió i el seguiment que té el futbol femení no arriba ni a ser l'ombra del masculí. Gràcies al futbol, es mouen quantitats ingents de diners, com els 222 milions d'euros que va pagar l'equip francès París Saint-Germain pel fitxatge de Neymar, entre molts altres casos. Són xifres que difícilment es poden pagar en altres esports i que condicionen la cobertura mediàtica que es pot donar, no solament al futbol femení, sinó a la resta d'esports. Un dels encarregats de fixar quin esport té importància són les cases d'apostes, tal com afirmava Josep Maria Blanco, professor de periodisme

esportiu de la Universitat Autònoma de Barcelona i doctor i investigador de la Comunicació des de fa més de 20 anys. “Crec que els mitjans de comunicació, que ara estan passant per una greu crisi econòmica, parlen el llenguatge dels diners i ja veiem que qui domina i marca el que ha de captar l’atenció són les cases d’apostes, que acostumen a posar la mirada en els esports d’elit, com és el cas del futbol. Això fa que altres modalitats esportives tinguin menys cabuda”, tal com explicava Josep Maria Blanco. Per tant, els mitjans de comunicació saben que apostar pel futbol masculí és llançar sobre segur, perquè sempre tindran un públic molt més gran. “La iniciativa empresarial mediàtica vinculada a qualsevol àmbit, però ara específicament en l’esport, és covarda. S’arrisca poc i aposta sobre segur. Apostar pel futbol femení no és apostar sobre segur”, reafirmava Blanco.

Aquesta sobre informació del futbol masculí porta, en nombroses ocasions, a què es faci notícies de coses que pràcticament no tenen interès, com per exemple, quan *Mundo Deportivo* va publicar una notícia titulada “La nueva serie que tiene enganchado a Leo Messi” i que parlava de l’afició de Messi a la sèrie “El Ganador” de Netflix.<sup>81</sup> Tristament, és possible que aquesta notícia tingués més clics que una prèvia d’un partit de futbol femení pel simple fet de tots els diners i l’interès que mouen les grans figures mediàtiques del futbol. Ara per ara, les notícies que es donen sobre el futbol femení en els mitjans de comunicació són “més pures” perquè són majoritàriament esportives, no se centren gaire en aspectes extraesportius com el cotxe o el pentinat que porten les jugadores. Si el futbol femení segueix augmentant en l’àmbit mediàtic i comença a haver-hi un seguiment més ferm de les jugadores, és possible que aquesta situació canviï. “En el femení, les cròniques se centren molt més en tot el que és esportiu i les notícies són més esportives que en el masculí, però és cert que l’evolució i aquest camí cap al professionalisme i cap a la igualtat en nombre de notícies i en el tipus d’informació està fent que, en part, s’estigui pervertint aquest ADN del futbol femení”, explicava David Menayo.

---

<sup>81</sup> Mundo Deportivo. (2018, 8 de desembre). La nueva serie que tiene enganchado a Leo Messi. *MundoDeportivo*. Consultat el 15 d’abril del 2019, des de: <https://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20181208/453380355274/la-nueva-serie-que-tiene-enganchado-a-leo-messi.html>

2019 sembla que està sent l'any en què s'està posant de moda el futbol femení. Però el problema amb les modes és que desapareixen, i és tot el contrari del que s'espera que passi amb el futbol femení, tal com ens comentava David Menayo, el periodista de *Marca*: "Hi ha un corrent respecte al futbol femení que va molt bé i que et pugen a la cresta de l'onada i et posen en la primera línia de l'aparador, però quan en el futbol femení no sigui tan noticiable allò que passa o allò que s'ha d'explicar, espero que aquesta onada hagi deixat un repòs en el qual se segueixin donant coses a la televisió, que segueixi obrint telediaris, que el dia que guanyi la Lliga el Barça o l'Atlético de Madrid també surti en la portada dels mitjans... Aquest tipus de coses que no siguin només d'un dia". Per tal que el futbol femení no decreixi en atenció un cop ja no sigui novetat els èxits i les victòries que van aconseguir, no en l'àmbit de joc, sinó en l'extraesportiu, caldrà que els periodistes estiguin conscienciats de la importància que té la implicació social d'aquest esport.

El futbol femení no és exponent només d'un esport, sinó que també representa la conquesta de les dones en l'esport d'alt nivell. Amb la renovació periodística que hi ha en les redaccions esportives, ja no es val tenir un pensament masclista. Vaja, ni en les redaccions ni fora d'elles, però potser pel fet de tenir un altaveu tan important com són els mitjans de comunicació, nosaltres com a periodistes hem de ser encara més curosos amb el que diem i amb el tractament i importància que donem. "El masclisme és un problema en aquest país. Hi ha hagut una dupla que s'ha utilitzat sempre, i és la de considerar que la pràctica de l'esport és masculina i que el futbol és una cosa d'homes. Vulguis o no, això és un sentiment que està instal·lat i que ha anat promovent un recanvi de professionals en els diferents mitjans que era poc permeable de cara a la incorporació de la dona normalitzada. [...] S'ha d'intentar fer com una taca d'oli, anar escampant el suport amb persones compromeses amb els valors en la igualtat de gènere per fer que aquest suport que hauria de tenir el futbol femení o qualsevol modalitat esportiva, sigui d'home o de dona, vagi aflorant", proposava el professor Josep Maria Blanco.

Hi ha d'haver una sinergia entre els mitjans de comunicació i la societat. No serveix de res que els mitjans donin molta informació del futbol femení si ningú la llegirà, igual

que tampoc serveix de res si tota la societat vol llegir sobre aquest esport i cap mitjà informa sobre ell. Aquest és un camí que s'ha de fer junts i de la mà per tal de dotar al futbol femení de la importància que mereix, ni més ni menys. El que és segur, és que ha de ser més que la que se li dona en l'actualitat, per molta millora que s'hagi dut a terme. Perquè tal com explicava el periodista David Menayo, el que esperem és "que el futbol femení sigui tractat com un esport, on les futbolistes siguin tractades des dels mitjans com a professionals d'elit".

Per tant, i ja per concloure, els mitjans de comunicació segueixen discriminant el futbol femení per la gran diferència de notícies i d'informació que es dona entre el masculí i el femení, però han tingut un paper fonamental en la revalorització d'aquest esport i en l'augment de visibilització que ha guanyat en el món de l'esport, que ha permès que, el que abans era una simple ombra del futbol masculí, ara ja s'hagi definit.

### 3.3. CAPÍTOL 3: VISIÓ INTERNA AL FUTBOL FEMENÍ

No és fàcil per a una dona introduir-se en un món que, tradicionalment, ha estat lligat a l'home. S'ha hagut de rebre molts insults masclistes, moltes mirades estranyes i molts menyspreus fins a arribar a la situació actual, on les jugadores comencen a gaudir d'un cert prestigi i comencen a ser més conegudes. En aquesta dicotomia d'haver guanyat una millora exponencial en tan poc temps però alhora no rebre l'atenció mediàtica que mereixen, és interessant veure quin és el punt de vista que tenen les jugadores sobre el seu paper en aquest esport i com viuen elles el futbol.

A causa de la societat patriarcal i masclista que encara perdura a Espanya, hi ha molta gent que posa cara de sorpresa quan una dona diu que es dedica a cert ofici. O potser aquest masclisme ja no s'expressa en cares rares, sinó en menys atenció si ho comparéssim amb la mateixa feina que fa l'home. Un d'aquests oficis seria el futbol. És possible que la gran majoria de jugadores ha hagut de patir l'expressió de sorpresa o, fins i tot, desconcert, quan anunciaven que volien ser futbolistes o quan afirmaven que ja ho eren. No tinc proves però tampoc en tinc cap dubte.

Un d'aquests casos és el de la Laura Ràfols, qui va ser portera del Barça durant 14 temporades, tres a les categories inferiors i onze al primer equip. Va arribar a ser la segona jugadora més veterana de la història de l'equip blaugrana femení, només superada per Melanie Serrano, i la primera capitana durant la seva última temporada abans de retirar-se amb 28 anys. El seu camí, però, va començar amb gent dubtant de la seva decisió: "Jo recordo que estava estudiant batxillerat i va haver-hi un any que estava en la selecció i que anava poc a classe perquè marxàvem d'Europeus. Recordo les meves professores cridant als meus pares i dient-los que o deixava la selecció o no aprovaria, que havia de deixar el futbol perquè jo treia bones notes i havia de ser una enginyera o una química en la vida. No m'agradava gens cap de les dues coses, però elles deien que sí, que havia de fer això", explicava la Laura a les afores de la Ciutat Esportiva Joan Gàmpfer, on treballa actualment.

Un altre exemple el trobem en una de les jugadores amb qui va compartir vestuari Ràfols, la Marta Torrejón. És jugadora del Barça des del 2013, i en una entrevista



realitzada el gener de 2019 per al mitjà *El País* va explicar alguns dels comentaris que va haver de rebre en la seva formació com a futbolista: “Jo jugava en un equip [l’Espanyol] que formava futbolistes per arribar a Primera, per tant, la competitivitat era enorme. Veure a una noia que jugava per davant dels nois no podia ser. Per què no la porteu a l’equip femení que l’Espanyol té?, li preguntaven als meus pares. “La nena juga mixt perquè pot jugar mixt i juga aquí perquè li han donat aquesta oportunitat. Hi ha equip femení, i?”, contestaven. És que treure la plaça a un nen amb opcions d’arribar a Primera desencadenava comentaris molt lletjos en les graderies que no vull repetir”.<sup>82</sup>

Aquests comentaris, malgrat no ser justificables, s’han d’entendre el moment en el qual succeïen. El comentari que li va fer la professora a Laura Ràfols i la graderia a Marta Torrejón són de fa prop d’una dècada, on el futbol femení era més aviat un fantasma que, de tant en tant, planejava pels mitjans de comunicació en forma de breus a les últimes pàgines, no tenia la dimensió que té avui en dia. Per tant, el benefici de la innocència es podria concedir a aquelles persones que pensaven així fa 10 anys, però no en l’actualitat.

Per suportar la pressió i els possibles comentaris que desafortunadament encara poden rebre, és vital tenir un entorn sòlid que confii i doni suport a la decisió que prenen algunes noies de voler convertir-se en futbolistes professionals. Vaja, no només en el futbol, sinó en qualsevol ofici, però centrem-nos en l’esport. Ser esportista d’elit, en qualsevol gènere, és una decisió que pot arribar a ser complicada per tot el que comporta en la gran majoria de casos: pressió per aconseguir bons resultats, convertir-se en figura pública, que la gent et conegui i pugui parlar de tu, moltes hores d’entrenaments i molts sacrificis, entre altres coses. Al futbol femení se li afegeix el caràcter transgressor per irrompre en un món tradicionalment masculí i sense un bon entorn familiar que doni suport a la decisió personal de convertir-se en jugadores de futbol, el camí es pot fer molt costa amunt.

---

<sup>82</sup> Giovio, E. (2019, 17 de gener). Marta Torrejón: “Mis padres tuvieron que escuchar comentarios muy feos”. *El País*. Consultat el 25 d’abril del 2019, des de [https://elpais.com/deportes/2019/01/16/actualidad/1547649095\\_999394.html](https://elpais.com/deportes/2019/01/16/actualidad/1547649095_999394.html)



Aitana Bonmatí, migcampista del Barça i internacional amb la selecció espanyola, parlava així del suport tan important que va rebre dels seus pares en una entrevista de 2018 per al mitjà *Vavel*: “Els meus pares sempre han estat els primers que han volgut que seguís endavant, fins i tot m’animaven a fer-ho amb nois, malgrat que rebés els típics comentaris masclistes, perquè creien que seria el millor per a mi i perquè no deixes de fer el que m’agradava i m’agrada”.<sup>83</sup> Un altre exemple de suport ve de la mà de Nayeli Rangel, qui va ser jugadora durant una temporada de l’Sporting de Huelva i actualment és jugadora del Tigres mexicà. En una entrevista concedida fa dos anys a *El País*, explicava el següent sobre els seus inicis: “Fa anys vaig veure que als nens no els hi agradava jugar amb les dones, ho veien malament. “Què fas tu en el futbol si hauries d’estar jugant amb nines o estar a casa?”, la meva família sempre deia que havia d’insistir en les meves metes”.<sup>84</sup> I no hi ha millor meta per a un futbolista que arribar a la competició més alta i més prestigiosa.

Tot aquest suport familiar i aquest descobriment propi de la vocació futbolística queda recollida en les històries personals de les jugadores, que habitualment queden desconegudes de cara als mitjans de comunicació. No s’acostuma a conèixer les històries i les situacions personals que han portat a les jugadores a convertir-se en futbolistes, a diferència del que passa amb el futbol masculí. Hi ha històries que són mundialment conegudes, com seria el cas de Leo Messi, escollit el millor jugador del món en 5 ocasions i considerat el millor jugador de la història per multitud de persones i aficionats. Al jugador argentí li van diagnosticar un dèficit de l’hormona de creixement amb 11 anys i el Barça, que ja el seguia des de les categories inferiors del Newell’s, va decidir pagar pel seu tractament a canvi del seu fitxatge.<sup>85</sup> Aquest pacte entre el pare del jugador i Carles Rexach, qui era en aquell moment secretari tècnic del Barça,

---

<sup>83</sup> Ruiz, M. (2018, 13 de desembre). Aitana Bonmatí: “En el fútbol femenino, la cosa promete”. *Vavel*. Consultat el 25 d’abril del 2019, des de <https://www.vavel.com/es/futbol/2018/12/12/fc-barcelona/959708-entrevista-aitana-bonmati-en-el-futbol-femenino-la-cosa-promete.html>

<sup>84</sup> Mancera, D. (2017, 12 de gener). Nayeli Rangel: “Muchos hombres me decían que mi lugar estaba barriendo, no en el fútbol”. *El País*. Consultat el 26 d’abril del 2019, des de [https://elpais.com/deportes/2017/01/10/actualidad/1484078619\\_544257.html](https://elpais.com/deportes/2017/01/10/actualidad/1484078619_544257.html)

<sup>85</sup> Lionel Messi. (n.d.) Consultat el 27 d’abril del 2019, des de <https://latam.historyplay.tv/microsites/history-futbol/biografias/lionel-messi>

el van firmar en un tovalló de paper que passaria a la història.<sup>86</sup> Un altre exemple el trobaríem amb Luka Modric, jugador del Real Madrid des de fa 7 temporades i guanyador de l'última Pilota d'Or. Quan l'equip madrileny el va fitxar, els mitjans de comunicació no van trigar a explicar la seva història personal: el jugador croat va viure amb la seva família fora de la seva ciutat de procedència, al poble de Zaton Obrovacki, durant la dècada dels 90 perquè els milicians serbis van matar al seu avi. La família, llavors, va haver de viure en hotels de la ciutat de Zadar, situada a la costa croata. Un cop va finalitzar la guerra de Croàcia, tots els seus amics van anar retornant a les seves ciutats d'origen però ells es van quedar a Zadar per apostar pel futur futbolístic del Modric, ja que ell jugava en l'equip de la ciutat.<sup>87</sup>

Aquestes històries ajuden a crear empatia amb els jugadors i a aproximar-los a l'afició. Els aficionats els poden arribar a sentir d'una forma més propera si saben d'on venen i què han passat per arribar fins al punt més alt. És obvi que no tots els jugadors tenen històries tan úniques com la d'aquests dos futbolistes, però en el món del futbol femení pràcticament no se'n coneix cap. És per això que és tan important la labor de periodistes com David Menayo, responsable de la secció femenina de futbol en el diari *Marca*, que es va encarregar de recollir les històries personals d'una gran multitud de jugadores en el seu llibre anomenat *El fútbol femenino en 20 toques* (Cydonia; 2015). Mitjançant les experiències de les protagonistes d'aquest llibre, es pot fer una idea de la història recent del futbol femení i del que han hagut de passar per arribar fins al punt en què ens trobem en l'actualitat.

Aquesta podria ser, sota criteri propi, una manera de contribuir a fer que el futbol femení tingués un component més personal i la gent les pogués sentir més properes, de forma que poguessin arribar a ser referents de les noves generacions de jugadores. Un exemple de jugadora amb una història destacable dins la Lliga Iberdrola seria la de Charlyn Corral. La davantera mexicana, que juga actualment en el Llevant UD, va començar a jugar a futbol amb 9 anys i havia de fer viatges de quasi dues hores fins

---

<sup>86</sup> Aubach, A. (2018, 14 de desembre). Se cumplen 18 años de la servilleta que unió a Messi con el FC Barcelona. *Sport*. Consultat el 27 d'abril del 2019, des de <https://www.sport.es/es/noticias/barca/cumplen-anos-servilleta-messi-con-barcelona-7202885>

<sup>87</sup> Efe. (2012, 27 d'agost). Modric, otro "bajito" que brilla. *AS*. Consultat el 27 d'abril del 2019, des de [https://as.com/futbol/2012/08/27/mas\\_futbol/1346018410\\_850215.html](https://as.com/futbol/2012/08/27/mas_futbol/1346018410_850215.html)

al sud de la Ciutat de Mèxic, on entrenava amb el seu equip. La recompensa la va trobar molt aviat, ja que amb només 13 anys ja va entrar a la selecció absoluta mexicana, i amb 14 anys va marcar el seu primer gol en una Copa del Món. Una història de sacrifici sense cap mena de dubte, ja que abans d'arribar fins i tot a la pubertat, ja tenia la responsabilitat i la pressió de formar part de la selecció absoluta del seu país.<sup>88</sup> Una història, malgrat tot, pràcticament desconeguda.

Un aspecte que possiblement valoren molt les jugadores en l'actualitat és el fet de ser referents per a les jugadores que vindran els pròxims anys. Elles han hagut de créixer i descobrir el futbol per mitjà dels referents masculins, però pràcticament no hi havia cap femení amb qui identificar-se i poder idolatrar. Així ho afirmava Jenni Hermoso, davantera i migcampista de l'Atlético de Madrid i de la selecció espanyola, en una entrevista realitzada recentment per l'Agència EFE: "Crec que les nenes ja no miren els ídols masculins. Després dels partits o pel carrer ens demanen fotos a nosaltres. Quan els nostres partits surten en la televisió, es veu el futbol femení. Amb aquestes coses ens sentim correspostes perquè se'ns veu com a exemples a seguir. És gratificant veure que estem canviant la realitat de les nenes que venen des de baix".<sup>89</sup> Una altra jugadora que va mostrar la seva felicitat per veure el paper influent que comencen a tenir va ser Eli del Estal, jugadora de l'Espanyol des de fa tres temporades, en una entrevista del 2018 per la revista *Qué*: "Cada vegada hi ha més persones que segueixen el futbol femení i que ens prenen com a referents. És un orgull, i quan un nen petit o una nena petita et diu alguna cosa així, se t'encongeix el cor i t'estremeixes. Crec que és la recompensa més gran que pot rebre una esportista, l'admiració per la seva dedicació i el seu treball diari".<sup>90</sup>

---

<sup>88</sup> Mancera, D. (2017, 31 de gener). Charlyn Corral: "Hugo Sánchez y yo tenemos en común el olfato goleador". *El País*. Consultat el 27 d'abril del 2019, des de

[https://elpais.com/deportes/2017/01/30/actualidad/1485808092\\_518991.html](https://elpais.com/deportes/2017/01/30/actualidad/1485808092_518991.html)

<sup>89</sup> Efe. (2019, 7 de març). Jenni Hermoso: "Ahora puedo decir que soy futbolista sin ningún miedo". *EFE*.

Consultat el 27 d'abril del 2019, des de <https://www.efo.com/efe/espana/deportes/jenni-hermoso-ahora-puedo-decir-que-soy-futbolista-sin-ningun-miedo/10006-3917974>

<sup>90</sup> Qué. (2018, 25 de gener). ENTREVISTA | Eli del Estal, la sonrisa del fútbol femenino español. *QUÉ*. Consultat el 27 d'abril del 2019, des de <https://www.que.es/deportes/201801251358-entrevista-estal-sonrisa-futbol-femenino.html>

Tal com explicava la jugadora perica, de mica en mica és més comú veure que alguns aficionats porten els noms de les jugadores del seu equip preferit en la samarreta. Cada cop es veuen més “Aitana 14” en una samarreta d’un aficionat culer o “Amanda 10” en una d’un *colchonero*. Aquest impuls televisiu que ha rebut el futbol femení ha permès en gran mesura aquest canvi de mentalitat i que les noves generacions de jugadores -i també jugadors- puguin tenir aquests referents futbolístics femenins.

Però com ja ve sent costum en aquest reportatge, cada cop que mostrem diverses coses bones en què està millorant la situació del futbol femení, tornem a la realitat i toquem de peus a terra, perquè malgrat la gran millora dels últims anys, i sobretot d’enguany, la diferència mediàtica segueix sent clamorosa. Les adversitats només hi ha dues formes d’afrontar-les: de cara i positivament, o bé enfonsar-te amb elles. Aquesta filosofia és aplicable a les jugadores, que davant la diferència mediàtica que pateixen, podrien desanimar-se i tirar la tovallola aviat, però crec que prefereixen agafar aquest argument per tenir una motivació extra. Tenir un repte mou a qualsevol persona, i si el de les jugadores és el de reclamar més atenció mediàtica, doncs lluitaran més, correran més i faran millors passades i millors gols per tal d’aconseguir-ho.

Tenir més o menys espai en els mitjans de comunicació depèn en gran mesura de les decisions editorials. Són ells qui decideixen què publicar i quina importància té cada notícia. Davant d’aquest escenari, l’única cosa que poden fer les jugadores -i que ja fan- és donar espectacle, entretenir el públic i seguir millorant per demostrar que aquest auge del futbol femení està justificat, que no és ni casualitat ni sort. Més enllà de l’augment dels patrocinis i de l’atenció mediàtica que reclama el futbol femení, hi ha un tercer element que també necessiten: temps. “Anem 100 o 60 anys enrere del futbol masculí. Llavors, crec que li falta temps i que hi haurà un moment en què no serem iguals, perquè el futbol masculí ja s’ha passat, però estarem a prop. En l’actualitat estem molt millor que altres esports femenins, i fins i tot masculins, com per exemple el waterpolo, la natació sincronitzada o l’handbol. Crec que estem millor que ells, llavors que tampoc se’ns en vagi el cap. Crec que ho estem fent bé, i que al final tot necessita temps”, tal com explicava Laura Ràfols en l’entrevista realitzada a les

afores de la que pràcticament és la seva segona casa: la Ciutat Esportiva Joan Gàmper.

Al final, el que volen les jugadores és seguir gaudint de la seva professió i seguir jugant, i si l'atenció mediàtica millora amb el pas del temps i els permet que es valori molt més el seu esport, doncs molt millor, però el focus ha d'estar sempre en el futbol. No depenen de si ve més o menys gent al camp per donar o no el 100% en cada partit, perquè com a professionals que són ja ho fan, independentment que vinguin 700 o 60.000 aficionats.

Xavi Llorens és una personalitat dins el futbol femení que donava la raó a la filosofia que tenen les jugadores a l'hora de jugar a futbol. Ell va ser l'artífex de l'època més gloriosa del Barça femení, en el qual es van guanyar les quatre lligues seguides, i va assentar les bases per crear un equip competitiu. "Elles gaudeixen del que fan, gaudeixen de jugar a futbol i de competir, i ja et dic jo que quan surts al Mini i mires a la graderia doncs t'agrada que hi hagi gent. Però el partit el jugaràs igual, amb la mateixa concentració i les mateixes ganes. Elles juguen per elles, no juguen per les 100, 1.000 o 10.000 persones que venen. Com més gent, millor", afirmava l'exentrenador en l'entrevista realitzada en un bar del barri de Sant Antoni.

Com a entrenador i membre del món del futbol, i més sent la persona que va ajudar a fer gran el futbol femení, les seves paraules cauen com lliçons per a tothom qui l'escolta. És possible que el futbol femení no estigués en la situació que està actualment sense la seva feina, ja que el fet que el Barça guanyés les 4 lligues seguides va despertar en gran mesura l'interès dels mitjans. I si en l'actualitat es tornés a aconseguir aquesta fita, sap que el ressò que tindria seria molt major en comparació a quan ho van aconseguir a partir de la temporada 2010/2011. "Per arribar al punt en què s'ha arribat ara, hem hagut de guanyar tot l'anterior, si no no estaríem on estem. Però és clar que ara tindria molt més ressò. Ara si guanyem una lliga, a més, ho celebrarem molt millor, però no per part de només l'equip sinó de tota la massa social i de la premsa".

Guanyar importància en els mitjans ha de ser un procés progressiu dins del creixement exponencial que ha tingut recentment. Els propis protagonistes del futbol femení ho saben i són conscients que, de cop i volta, no els dedicaran 10 pàgines en un diari perquè ni tan sols ho fan de la majoria d'equips de LaLiga, tal com afirmava Llorens amb la seva Estrella Damm a la mà: "Hem d'anar a poc a poc i sense trepitjar a ningú. L'espai és reduït, agafa qualsevol diari i ja veuràs el que parlen. "És que del femení no es parla", i del Girona? I de l'Espanyol, que juguen a primera divisió? Li dediquen una pàgina només, mentre que li dediquen 26 al primer equip del Barça on es parla de tot. I perquè es fa així? Perquè la gent vol veure això. Si el problema només fos el femení, et diria que hem de buscar la solució, però passa amb molts esports i molts equips, no només amb el femení".

A més, les jugadores volen ser protagonistes pels aspectes futbolístics, no pels temes externs. No tot es val per aconseguir popularitat. Un exemple el trobaríem amb la final de la Copa de la Reina de l'edició passada. Quan el Barça va guanyar la copa i va procedir a aixecar el trofeu, Laura Ràfols va voler lligar-li la senyera en una de les nanses, però Luis Rubiales, el president de la RFEF, va intentar impedir-ho. Després d'intercanviar unes paraules que van fer que s'endarrerís per uns instants l'esperat moment d'alçar la copa, Ràfols va posar la senyera al damunt del trofeu i la va aixecar amb ganes, amb força. Els mitjans de comunicació, com no podia ser d'una altra forma quan hi ha una polèmica, se'n van fer bastant de ressò. "Jo mateixa el dia de la Copa de la Reina, quan arribo a l'estació de tren, els hi vaig dir als mitjans que hi eren allà, que crec que eren La Sexta i Telecinco, que no ens havien vist mai en tot l'any i que si venien per buscar una polèmica, no la tindrien. Si venien a preguntar i a felicitar-nos perquè havíem guanyat, llavors perfecte, és el que havien de fer. Però si no, no els volem per res. I si no sortim en aquest moment, no passa res. El que no volem és això, que sortim per polèmiques", explicava Ràfols en resposta a la reflexió que vaig plantejar-li sobre la inclinació dels mitjans a donar més ressò a les notícies negatives que a les positives.

Un cop plantejat el passat i el present, toca parlar del futur. Una altra cosa que tenen en comú la gran majoria de jugadores és la conciliació entre els estudis i/o la feina

amb l'esport. De fet, és un clàssic veure en la biografia dels perfils d'Instagram de les jugadores més joves en quin equip juguen i quins estudis estan realitzant. Els sous que les jugadores guanyen en l'actualitat no són suficients, ni de lluny, per acabar la seva carrera futbolística i no tenir cap preocupació econòmica. Les jugadores són conscients de què, un cop finalitzin els seus anys de joventut, hauran de penjar les botes i necessiten tenir alguna cosa que pugui ser mitjanament segura per no quedar-se amb les mans buides. És per això que, mentre són futbolistes, moltes estudien alguna carrera. Les que no tenen la sort de cobrar un sou mitjanament decent mentre són futbolistes han de combinar una feina mirant en el present i uns estudis mirant en el futur.

Veient la quantitat ingent de milions d'euros que guanyen els jugadors de futbol és certament indignant. Si mirem el top 3 dels jugadors millor pagats en el futbol masculí, trobaríem el següent -sense comptar amb els contractes de publicitat-: Leo Messi, en la primera posició, guanya 99'6 milions d'euros bruts per temporada amb el Barça. En segon lloc trobaríem a Cristiano Ronaldo, que en la Juventus guanya 56 milions d'euros bruts cada any. Per últim, en tercer lloc estaria Antoine Griezmann, el jugador de l'Atlético de Madrid, que guanya 39'6 milions d'euros bruts a l'any.<sup>91</sup> Aquestes quantitats gegantesques de diners són possible gràcies a tota la publicitat i tots els diners que aconsegueix moure el futbol. Poques coses en la societat aconsegueixen aixecar tantes passions, deixar-se tants diners entre el cost de les entrades i les samarretes o mobilitzar tant com aquest esport, i això es veu reflectit en els contractes que es firmen i en els sous que es paguen.

El futbol femení està a anys llum de poder moure aquestes quantitats de diners, i fins que no es millorin els acords publicitaris i els mitjans de comunicació i les marques no apostin del tot per elles, no es farà aquest canvi. A hores d'ara, el sou de futbol femení més elevat en el món és d'Alex Morgan, la jugadora estatunidenca de l'Orlando Pride, que guanya 450.000 euros a l'any. A Espanya, sembla que hi hagi un cert secretisme entorn dels sous que guanyen les jugadores, ja que no hi ha moltes dades al respecte,

---

<sup>91</sup> López, S. (2019, 8 de febrer). L'Equipe publica la lista de los 10 mejor pagados del mundo. AS. Consultat el 28 d'abril del 2019, des de [https://as.com/futbol/2019/02/08/internacional/1549639226\\_400480.html](https://as.com/futbol/2019/02/08/internacional/1549639226_400480.html)

però de forma general es regeixen pel sou interprofessional, que ronda actualment els 900 €.<sup>92</sup> Tot i aquesta xifra, està previst que aquest any s'augmenti el salari mínim fins als 14.000 € o els 20.000 €. Encara està per decidir-se, però les negociacions del Conveni Col·lectiu proposat per l'Associació de Futbolistes Espanyols (AFE) tenia com a un dels seus punts importants aquesta millora salarial. L'RFEF tindrà l'última paraula, llavors, escollir quina de les dues quantitats s'imposarà com a salari mínim.<sup>93</sup>

Tot i aquesta possible millora, el que sí que és segur és que cap jugadora de la Lliga Iberdrola, a hores d'ara, podria tenir un sou amb el qual retirar-se sense haver-se de preocupar pel futur. “Jo crec que de la Lliga no hi ha cap que pugui viure només d'això ara mateix, ni la Lieke. Tot acaba i només vivint d'això i de renda, ara mateix cap”, explicava Laura Ràfols fent referència a la seva excompañya d'equip, Lieke Martens. La jugadora, d'origen holandès, és l'única del planter blaugrana que té un sou superior als 100.000 €.<sup>94</sup>

Per tant, a la gran majoria de les jugadores no els hi queda més remei que estudiar mentre es treuen la carrera per tal de poder tenir alguna cosa segura un cop es retirin. Les decisions acadèmiques que han pres les jugadores són de tota mena: Núria Sánchez, del Villarreal, estudia un doctorat enfocat a l'educació física i el gènere,<sup>95</sup> Vicky Losada, del Barça, va estudiar un cicle superior de laboratori<sup>96</sup>, Priscila Borja, del Betis, ha estudiat magisteri d'educació física i s'està preparant les oposicions per

---

<sup>92</sup> Rayo, J. (2018, 8 de març). La brecha salarial del fútbol: 20 millones para al campeón de la Liga y 1.350 euros para las campeonas de la Liga Iberdrola. *Cuatro*. Consultat el 28 d'abril del 2019, des de [https://www.cuatro.com/weah/salarial-millones-Liga-campeonas-Iberdrola\\_0\\_2527350176.html](https://www.cuatro.com/weah/salarial-millones-Liga-campeonas-Iberdrola_0_2527350176.html)

<sup>93</sup> Fernández, S. (2019, 8 de febrer). El salario mínimo de las futbolistas depende de la RFEF: serán 14.000 ó 20.000 euros. *Marca*. Consultat el 28 d'abril del 2019, des de <https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/2019/02/08/5c5dbfe546163f4c358b45e5.html>

<sup>94</sup> Ruipérez, C. (2018, 11 d'octubre). La sección femenina de fútbol es la única rentable del Barça. *La Vanguardia*. Consultat el 28 d'abril del 2019, des de <https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol/20181011/452294844967/barcelona-femenino-beneficios-patrocinador-stanley.html>

<sup>95</sup> Silvan, M. (2018, 31 de gener). “Todas las jugadoras deberían cobrar lo que merecen”. *Panenka*. Consultat el 29 d'abril del 2019, des de <https://www.panenka.org/miradas/todas-las-jugadoras-deberian-cobrar-lo-merecen/>

<sup>96</sup> Luengo, M. (2018). Vicky Losada: "Hay pocos clubes en los que las chicas podemos vivir del fútbol". *El País*. Consultat el 29 d'abril del 2019, des de [https://elpais.com/elpais/2018/02/23/eps/1519385741\\_650390.html](https://elpais.com/elpais/2018/02/23/eps/1519385741_650390.html)



ser Policia Nacional<sup>97</sup>, Marta Unzué, jugadora de l'Athletic de Bilbao, llicenciada en Educació Física,<sup>98</sup> Amanda Sampedro, l'estrella de l'Atlético de Madrid, que estudia fisioteràpia<sup>99</sup> i així podria seguir una llista molt i molt llarga.

Per tant, la situació de les jugadores de futbol encara és complicada pels sous, en molts casos, precaris, però cada cop va millorant més, amb passes lentes però fermes. Sabent que queda un llarg camí per recórrer, però que la satisfacció serà plena per aconseguir allò que semblava tan complicat fa uns anys: guanyar-se la vida com a futbolistes professionals.

---

<sup>97</sup> Carbonero, J.; Borrero, J. (2018, 8 de març). El test personal a Priscila. *El Desmarque*. Consultat el 29 d'abril del 2019, des de <https://eldesmarque.com/sevilla/real-betis/101937-el-test-personal-a-priscila>

<sup>98</sup> Ugalde, I. (2019, 19 d'abril). Marta Unzué: "Me queda un año como cedida en el Athletic". *Mundo Deportivo*. Consultat el 29 d'abril del 2019, des de <https://www.mundodeportivo.com/futbol/athletic-bilbao/20190419/461724718016/marta-unzue-athletic-femenino-barca-cesion-liga.html>

<sup>99</sup> Zas, R. (2017, 29 de desembre). Amanda sampredo o cómo la constancia es la clave para triunfar en el deporte. *I-D*. Consultat el 29 d'abril del 2019, des de <https://i-d.vice.com/es/article/qvwwqx/amanda-sampedro-nike-u25-race>

### 3.4. CAPÍTOL 4: ELS PATROCINIS, LA CLAU PER LA VISIBILITAT

Diners. Ens agradi més o menys, estiguem més a favor o més en contra, però el que mou el món i els interessos d'aquest són això: els diners. I ja fa dècades que les empreses van veure en el món del futbol -i en els clubs per individual- una forma de guanyar-ne uns quants. Aquests acords entre empreses i equips de futbol es van oficialitzar mitjançant patrocinis. Segons el diccionari de la Real Academia Española de la Lengua, *patrocinar* significa “donar suport o finançar una activitat, normalment amb fins publicitaris”. Per tant, el que fan les empreses que decideixen patrocinar algun equip és oferir una quantitat de diners a canvi de què l'equip patrocinat ensenyi la seva marca en algun lloc referent al club, ja sigui en la seva equipació, en la web, en les rodes de premsa... Per tant, l'equip surt guanyant diners i la marca guanya visibilitat, de forma que és un *win-win* per les dues parts.

A escala global, la primera marca que va oferir un patrocini esportiu va ser *Gatorade*, la beguda energètica, que va patrocinar els atletes de la Universitat de Florida a partir de 1967. A Espanya, però, es va trigar una mica més. Va ser l'any 1982 quan Zanussi, la marca italiana d'electrodomèstics, va arribar a un acord amb el Real Madrid i va passar a ser el patrocinador oficial del club madrileny. D'aquesta forma, es convertia en la primera marca que apareixia com a publicitat en la part davantera de la samarreta d'un equip espanyol.<sup>100</sup>

Els patrocinis pel futbol -i l'esport, en general- femení van trigar una mica més a arribar. El futbol és el que s'anomena un “esport espectacle”, és a dir, una activitat esportiva que genera un interès en la societat i en els mitjans de comunicació i és capaç de congrega a milers d'espectadors per a presenciar-ho.<sup>101</sup> Ja que en aquest àmbit l'esport femení es veia en clar desavantatge respecte al masculí, des de la part legislativa de l'Estat es va intentar ajudar a aquest problema mitjançant la Llei

---

<sup>100</sup> La Razón. (2019, 31 de gener). Historia de los patrocinios en el deporte. *La Razón*. Consultat el 4 de maig del 2019, des de <https://www.larazon.es/hablemos-de-futuro/historia-de-los-patrocinios-en-el-deporte-CF21714633>

<sup>101</sup> Romero, S. (2008). Influencia del patrocinio y de los medios de comunicación en la discriminación del deporte de elite femenino. *Tándem*, 28, 39-53. Consultat el 4 de maig del 2019, des de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/32808/influencia%20del%20patrocinio0001.pdf?sequence=1>

Orgànica 3/2007, de 22 de març, per a la igualtat efectiva de dones i homes. Aquesta llei, el que pretenia, era potencia el suport dels mitjans de comunicació i el patrocini a l'esport femení. “La major novetat d'aquesta Llei radica, amb tot, en la prevenció d'aquestes conductes discriminatòries i en la previsió de polítiques actives per fer efectiu el principi d'igualtat”, exposa la llei en el preàmbul per deixar clar el seu objectiu.<sup>102</sup>

El màxim exponent d'aquesta llei es va materialitzar amb el programa Universo Mujer. Aquest programa va ser ideat pel Consell Superior d'Esports espanyol per tal d'ajudar a “el desenvolupament de la dona i la seva evolució personal dins de la societat, que neix per a desenvolupar iniciatives que contribueixin a la millora i transformació social mitjançant els valors de tot l'esport femení”, tal com s'explica en la web corporativa.<sup>103</sup>

És aquí on entra en joc Iberdrola. La multinacional energètica espanyola va firmar en 2016 un acord amb el Ministeri d'Educació, Cultura i Esport per impulsar el programa Universo Mujer. “Volem ajudar a augmentar la seva visibilitat, rellevància, repercussió social i seguir reduint la bretxa que encara li separa de l'esport masculí, malgrat el notable avanç registrat en els últims anys gràcies, entre altres factors, als èxits aconseguits per les nostres esportistes en les competicions internacionals”, afirmava Ignacio Galán, president d'Iberdrola, el 21 de juliol de 2016, dia en què es va fer la presentació pública d'aquest acord.<sup>104</sup> Actualment, Iberdrola col·labora en les federacions de 15 esports: gimnàstica, triatló, rugbi, piragüisme, bàdminton, handbol, voleibol, hoquei, atletisme, karate, boxa, tenis taula, esports de gel, surf, esgrima, i per últim i, precisament, més important, el futbol.<sup>105</sup>

Des que Iberdrola va començar a patrocinar la lliga femenina en 2016, ha invertit dos milions d'euros per temporada, als quals se sumen dos milions més per part de

---

<sup>102</sup> Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, BOE núm. 71 § Preámbulo. Consultat el 5 de maig del 2019, des de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-6115-consolidado.pdf>

<sup>103</sup> Consejo Superior De Deportes. *UNIVERSO MUJER*. Consultat el 5 de maig del 2019, des de <https://www.csd.gob.es/es/promocion-del-deporte/universo-mujer>

<sup>104</sup> Iberdrola apuesta por impulsar el deporte femenino en España. (n.d.). Consultat el 5 de maig del 2019, des de <https://www.iberdrola.com/sala-comunicacion/noticias/detalle/iberdrola-apuesta-por-impulsar-el-deporte-femenino-en-espana-5060946820160721>

<sup>105</sup> Orgullosos de apoyar a las estrellas del deporte. (n.d.). Consultat el 5 de maig del 2019, des de <https://www.iberdrola.com/conocenos/deporte-femenino>

LaLiga.<sup>106</sup> En total, 4 milions d'euros per curs que s'han destinat a la producció audiovisual, a la millora dels estadis i les instal·lacions dels clubs, i a la professionalització dels equips. Aquest últim procés s'ha dividit en 5 eixos principals: direcció general, màrqueting, finances, fiscalitat, i comunicació i xarxes socials. “Els clubs necessitaven aquesta ajuda i aquesta professionalitat perquè al final, el del Barça potser sí que era un cap de premsa professional perquè l'havia contractat el Barça, però el del Granadilla potser li havien de pagar 100 € al mes i era un noi que li agradava la comunicació. Els diners fan molt, però també el fet que aquests diners vagin a professionalitzar certes coses”, ens comentava per trucada telefònica l'Aimara Gil, la periodista encarregada de la secció de futbol femení de l'AS.

Amb aquesta inversió, la visibilitat que ha guanyat Iberdrola ha estat majúscula. Per començar, la lliga femenina va passar a nomenar-se Lliga Iberdrola. A més, amb la presència de la marca en les tanques publicitàries dels camps de futbol també s'expandia la seva visibilitat gràcies a les retransmissions dels partits. El que també va fer Iberdrola va ser pagar una quantitat de diners als principals diaris espanyols per tal que dediquessin algunes pàgines al futbol femení i aparegués com a títol el nom d'Iberdrola. “Hi havia el patrocini d'Iberdrola per pagar la pàgina on apareixia el futbol femení, però ara ja no paguen. Però tot i no pagar, nosaltres seguim fent la pàgina”, ens explicava Sergi Solé, redactor del Mundo Deportivo, en la seu del mitjà situada a l'Avinguda Diagonal de Barcelona.

Per tant, el suport de marques i patrocinis ha sigut fonamental per tal de guanyar importància i seguir en el camí cap a la grandesa, i el futbol femení li ha d'estar molt agraït a la multinacional energètica. Si no hagués estat Iberdrola, podria haver estat una altra empresa, però la qüestió és que els diners que s'han invertit han fet que la situació del futbol femení a Espanya millori molt, en visibilitat, en augment de seguidors i en millora de condicions dels equips.

Precisament, tota aquesta millora en els camps i en el nivell de les jugadores va fer que les xifres d'audiència televisiva augmentessin. Els camins de la televisió i el futbol

---

<sup>106</sup> Matatoros, S. (2017, 29 de gener). LaLiga e Iberdrola ponen de moda el fútbol femenino español. *Expansión*. Consultat el 5 de maig del 2019, des de <http://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2017/01/29/588b87d946163f60048b4669.html>

femení es van unir uns anys abans al patrocini d'Iberdrola, exactament l'any 2013, gràcies a Mediapro. L'empresa audiovisual va ser la primera que va retransmetre un partit de la lliga femenina després d'arribar a un acord amb la RFEF. A partir d'aquí, el canal GOL Televisió, que forma part de l'empresa Mediapro, va començar a emetre un partit per jornada de la Lliga Femenina. A partir de la següent temporada, la 2014/2015, Mediapro va augmentar la seva aposta pel futbol femení i beIN Sports, canal propietat també de Mediapro, va començar a retransmetre els partits dels equips espanyols que disputessin la Women's UEFA Champions League. D'aquesta forma, GOL passava a retransmetre 2 partits en obert i beIN ofería un partit per televisió privada. La temporada de 2016/2017 va arrencar amb la incorporació d'Iberdrola en el futbol femení i la inversió dels 4 milions d'euros van tenir el seu resultat: la temporada següent, la 2017/2018, va aconseguir un creixement d'audiència d'un 39% respecte a l'any anterior. Per posar xifres més concretes: la temporada passada es va registrar uns 112.000 espectadors de mitja, un 1% del share televisiu i 7 milions d'espectadors en audiència acumulada durant tota la temporada.<sup>107</sup>

En la temporada actual hi ha un altre actiu que s'ha sumat a la retransmissió de partits, i aquest ha estat Movistar +. Després d'arribar a un acord amb la Lliga Iberdrola a mitjans de febrer, la plataforma de pagament va prendre el relleu de beIN i va passar a retransmetre en exclusiva un partit de cada jornada a través del canal Vamos, a més dels partits de la Copa de la Reina de cara a la temporada següent.<sup>108</sup>

Mediapro, juntament amb la plataforma de Movistar+ recentment, han sabut veure l'augment d'importància que porta vivint el futbol femení en els últims anys i han sabut aprofitar l'oportunitat per guanyar audiències d'una forma considerablement econòmica si es compara amb el futbol masculí. Mentre que Mediapro va renovar aquest any el seu contracte per tenir els drets televisius de la Lliga Femenina per tres

---

<sup>107</sup> El Confi TV (2019, 8 de març). Mediapro seguirá explotando el fútbol femenino durante tres temporadas. *El Confidencial*. Consultat el 6 de maig del 2019, des de [https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2019-03-08/mediapro-liga-iberdrola-futbol-femenino-derechos\\_1869314/](https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2019-03-08/mediapro-liga-iberdrola-futbol-femenino-derechos_1869314/)

<sup>108</sup> Palco 23. (2019, 7 de febrer). Movistar+ toma el testigo de beIN y emitirá la Liga Iberdrola y la Copa de la Reina. *Palco 23*. Consultat el 6 de maig del 2019, des de <https://www.palco23.com/marketing/movistar-apuesta-por-el-futbol-femenino-emitira-la-liga-iberdrola-y-la-copa-de-la-reina.html>

temporades més a raó de 9 milions d'euros -3 per temporada-<sup>109</sup>, les xifres dels drets televisius de la Lliga Santander deixen veure aquestes com a una quantitat irrisòria. La Lliga de Futbol Profesional (LFP) va donar a conèixer les xifres que es van pagar per drets televisius en la temporada passada i els equips van rebre 1.325,8 milions d'euros, repartits en funció del que generen entre els 20 equips de la Primera Divisió.<sup>110</sup> És clar que les audiències d'una lliga i altra no tenen res a veure pràcticament, ja que la temporada passada en la jornada 30 de 38, la Lliga Santander ja acumulava xifres de 140 milions d'espectadors, mentre que la temporada passada de la Lliga Iberdrola va acumular 7 milions d'espectadors.<sup>111</sup> De qualsevol forma, la introducció de les televisions des de fa 7 temporades ha portat a fer que el futbol femení ja comenci a sortir assíduament en la premsa. I si Iberdrola s'interessava a patrocinar la Lliga, les marques també s'interessarien a patrocinar als equips que la formen.

Els clubs han aconseguit que el futbol femení tingui més tirada entre les marques, les quals han vist una oportunitat de donar-se a conèixer o estendre la seva popularitat a preus no prohibitius. Fins fa uns anys, els equips femenins aconseguien els patrocinis perquè les marques pagaven per un pack on s'inclouïa l'equip masculí de futbol i algunes altres seccions del club, com podia ser l'equip femení. Però les coses han començat a canviar i la secció femenina de futbol ja negocia els seus propis contractes. Els dos patrocinis més importants a la Lliga Iberdrola són Herbalife i Stanley, que corresponen a l'Atlético de Madrid i al Barça, respectivament. El motiu pel qual són els dos equips més importants és perquè són els dos que millors resultats han aconseguit en les recents temporades, ja que l'equip *colchonero* ha guanyat les 3 últimes lligues i el Barça, tot i perdre-les contra l'Atlético precisament, en aquests

---

<sup>109</sup> Palco 23. (2019, 7 de març). Mediapro pagará 9 millones de euros por las retransmisiones del fútbol femenino hasta 2022. *Palco 23*. Consultat el 6 de maig del 2019, des de <https://www.palco23.com/competiciones/mediapro-pagara-9-millones-de-euros-por-las-retransmisiones-del-futbol-femenino-hasta-2022.html>

<sup>110</sup> Redacción Marca. (2018, 29 de desembre). Los clubes de Primera se repartieron 1.325,8 millones en derechos de televisión. *Marca*. Consultat el 7 de maig del 2019, des de <https://www.marca.com/futbol/primera-division/2018/12/29/5c27d86546163f11b18b45e8.html>

<sup>111</sup> Mundo Deportivo (2018, 5 d'abril). LaLiga aclara las audiencias televisivas de cada club. *Mundo Deportivo*. Consultat el 7 de maig del 2019, des de <https://www.mundodeportivo.com/futbol/laliga/20180405/442202803491/liga-audiencia-televison-partidos.html>

últims tres anys ha aconseguit dues Copes de la Reina i classificar-se per la final de la Champions. Aquesta va ser una fita històrica, ja que cap altre equip espanyol havia aconseguit arribar tan lluny en una competició europea. Per desgràcia culer, la final no va acabar amb final feliç, ja que l'Olympique de Lió va guanyar 4-1 al Barça. Malgrat l'ensopegada, aquesta no va servir per allunyar a l'equip blaugrana del focus mediàtic i en les xarxes del FC Barcelona va rebre un gran suport. Mostra d'això és que el club va crear una samarreta amb el lema "No hem parat de lluitar, no pararem de somiar", disponible per a tots els aficionats que vulguin comprar-la.

No és d'estranyar, llavors, que els dos millors equips de la Lliga Iberdrola tinguin els dos patrocinis més sonats de la competició. Precisament, amb aquestes dues marques vam intentar contactar per tal de concertar una entrevista i poder veure la seva visió empresarial i com s'han ajudat mútuament les empreses patrocinadores i els equips. Llastimosament, només vam rebre resposta a les nostres preguntes per part d'Herbalife.

L'Atlético de Madrid va fer oficial el març de 2017 l'acord amb Herbalife perquè fos el seu patrocinador oficial fins a 2020. Aquesta empresa és una multinacional dedicada a la nutrició que opera en quasi 90 països, per tant, que una marca tan estesa arreu del món patrocini un equip de futbol femení podia significar un gran impuls per aquest esport.<sup>112</sup> "L'Atlético de Madrid és una marca global amb un qualitatiu molt positiu i una imatge molt positiva. Amb un equip femení top i sense sponsor principal en aquell moment, amb una sèrie de característiques molt semblants a Herbalife Nutrition, una marca en continu creixement i valors d'esforç, lluita, compromís, treball en equip, motivació i orgull de pertinença, ens donava l'oportunitat de ser la primera marca que dona suport a un equip de futbol femení de rellevància", afirmava Carlos Mañoso, el responsable de patrocinis d'Herbalife Nutrition España mitjançant un correu electrònic. Tot i la transcendència del patrocini, no es van arribar a fer públiques les xifres que pagaria la multinacional a l'equip *colchoner*.

Les xifres que sí que van fer-se públiques van ser les de Stanley. L'empresa, una de les més grans a escala mundial en l'àmbit d'eines de mà, va passar a ser el

---

<sup>112</sup> Herbalife. (n.d.) Consultat el 8 de maig del 2019, des de <https://es.wikipedia.org/wiki/Herbalife>

patrocinador oficial del Barça femení el juliol de 2018. Prèviament a aquest acord, Stanley ja era un dels *partners* oficials del club des de la temporada 2014/2015, així que quan Qatar Airways va deixar de patrocinar el Barça el 2017, cada secció va quedar alliberada per tenir el seu propi patrocini. D'aquesta manera, a mitjans de 2018 Stanley va fer públic el patrocini que tindria amb el Barça femení, al qual pagaria 3'5 milions d'euros per temporada.<sup>113</sup> Amb aquesta xifra, la multinacional passava a tenir el contracte de patrocini més car del planeta. "L'ampliació de la seva promesa a l'equip femení és històrica perquè és la primera vegada que té el seu patrocinador exclusiu, i estic segur que això beneficiarà els esports femenins a tot el món. Junts estem fent canvis positius que ajudaran a trencar les barreres que envolten els esports de les dones", afirmava Josep Maria Bartomeu, el president del FC Barcelona, en l'anunci de l'acord oficial a Los Angeles, on es trobava l'equip fent la gira de pretemporada.<sup>114</sup>

Aquests dos serien els patrocinis més importants i més sonats de la lliga Iberdrola, però no els únics. Euskaltel, l'empresa telefònica d'origen basc, és el patrocinador oficial de dos equips: l'Athletic Club i la Real Societat. Per una banda, amb l'Athletic va començar el seu idil·li en 2013, quan l'empresa es va convertir en soci tecnològic de l'equip basc i patrocinador del primer equip masculí. El 2016 va ser l'any en què van fer el salt i van convertir-se en patrocinador principal de l'equip femení. D'aquesta forma, es va arribar a un contracte fins a 2018, però a finals de la temporada passada es va decidir ampliar un any, fins al final d'aquesta.<sup>115</sup> Per altra banda, la Real Societat també era un soci tecnològic de l'equip *txuriurdin* i el gener de 2018 va passar a ser el patrocinador oficial del femení després que el contracte amb l'anterior patrocinador,

---

<sup>113</sup> Ruipérez, C. (2018, 11 d'octubre). La secció femenina de fútbol es la única rentable del Barça. *La Vanguardia*. Consultat el 8 de maig del 2019, des de <https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol/20181011/452294844967/barcelona-femenino-beneficios-patrocinador-stanley.html>

<sup>114</sup> Stanley. (2018, 27 de juliol). *STANLEY Becomes the First Main Jersey Partner of FC Barcelona Women's Team*. Consultat el 8 de maig del 2019, des de <https://www.stanleyblackanddecker.com/article/stanley-becomes-first-main-jersey-partner-fc-barcelona-womens-team>

<sup>115</sup> La Jugada Financiera. (2018, 17 d'abril). *Euskaltel renueva como patrocinador del Athletic Club hasta junio de 2019*. Consultat el 8 de maig del 2019, des de <http://lajugadafinanciera.com/euskaltel-athletic-club-2019/>



Qbao.com, es rescindís per presumptes activitats irregulars. Des d'aquell moment, Euskaltel va convertir-se en patrocinador oficial del femení i així lluirà fins al 2021.<sup>116</sup>

Seguint amb els equips de la Lliga Iberdrola, l'RCD Espanyol va firmar el novembre del 2018 un contracte amb l'empresa catalana d'electrodomèstics Miró. El contracte serà per dos anys, fins a 2021, i s'aposta d'aquesta manera per un equip que, en els últims mesos, ha fet molt per reivindicar el futbol femení, ja que va obrir l'estadi Cornellà-El Prat per jugar un partit contra l'Atlético de Madrid -al qual van acudir més de 20.000 persones- i també va anunciar l'increment dels sous en un 30% per tal d'arribar al sou mínim interprofessional.<sup>117</sup> "Apostem per l'esport femení, en general, perquè tingui més espai en els mitjans de comunicació i perquè els valors que transmet l'Espanyol són molt importants", declarava Mateo Buzzi, el director de Miró, en la presentació del patrocini.<sup>118</sup>

Un altre dels patrocinadors locals és Herbolario Navarro, que patrocina el Valencia CF des del juliol del 2018 fins al juny de 2021. Aquesta empresa procedent de la ciutat valenciana i dedicada a l'alimentació ecològica i natural, acostuma a fer acords de patrocini amb equips valencians, com per exemple, amb el Llevant UD o el Villarreal masculí, entre d'altres. "Ens faltava el patrocini femení, i que millor que el València CF? Ens sentim molt identificats amb elles perquè nosaltres som una empresa lluitadora, familiar... I tots aquests valors també els veiem en aquest equip, i això per a nosaltres és molt important", explicava Carolina Girbés, la directora de màrqueting d'Herbolario Navarro, en declaracions cap al mitjà propi del club valencià.<sup>119</sup>

---

<sup>116</sup> Eitb.Eus (2018, 31 de gener). Euskaltel patrocinarà a la Real Sociedad hasta el final de la temporada.

*Eitb.Eus*. Consultat el 8 de maig del 2019, des de <https://www.eitb.eus/es/deportes/futbol/real-sociedad/detalle/5370953/euskaltel-patrocinara-real-sociedad-final-temporada/>

<sup>117</sup> Villarrubia, B. (2019, 26 d'abril). Revolución en el Espanyol Femenino. *Mundo Deportivo*. Consultat el 9 de maig del 2019, des de:

<https://www.mundodeportivo.com/futbol/femenino/20190424/461838518100/revolucion-en-el-espanyol-femenino.html>

<sup>118</sup> Sport.es (2018, 29 de novembre). Miró, nuevo sponsor del equipo femenino del Espanyol. *Sport*. Consultat el 9 de maig del 2019, des de <https://www.sport.es/es/noticias/futbol-femenino/miro-nuevo-sponsor-del-equipo-femenino-del-espanyol-7173543>

<sup>119</sup> Live Soccer TV. (2018, 18 de maig). Herbolario Navarro ficha por el Valencia CF femenino con la Copa como primer objetivo. *Live Soccer TV*. Consultat el 9 de maig del 2019, des de <https://www.livesoccertv.com/es/video/3702510/>

El següent patrocini a comentar seria el de Gesitma, patrocinador principal de l'EDF Logroño des del juliol del 2018, just quan va pujar a primera divisió. Gesitma és una empresa procedent de La Rioja que es dedica al sector químic i al medi ambient.<sup>120</sup>

El Sporting de Huelva és un altre dels equips que ha mirat cap a casa per arribar a un acord de patrocini, i ha estat amb el Puerto de Huelva. D'aquesta forma, el club andalús passava en l'inici de la temporada d'enguany a denominar-se Sporting Puerto de Huelva i a portar el sponsor a la part frontal de la samarreta, no només en la del primer equip, sinó en la de totes les categories. "És un orgull tenir l'oportunitat de donar suport a tant de talent, determinació i compromís com han demostrat aquestes dones, que dia a dia amb el seu esforç, s'han convertit en un referent per a tots i amb uns valors amb els quals ens sentim tan identificats", comentava José Luis Ramos, el president de Puerto de Huelva, quan es va fer públic l'acord el març de 2018.<sup>121</sup>

Un altre dels clubs que porta en el seu nom el seu patrocinador oficial és l'UD Granadilla de Tenerife, que des de 2015 té com a patrocinador oficial Egatesa, l'empresa canària dedicada a la comercialització i la distribució de carn. Des d'aquell moment, el sponsor d'Egatesa va passar a localitzar-se a la part frontal de la samarreta.<sup>122</sup>

Dins de la llista d'equips de la Lliga Iberdrola, hi ha alguns que, en comptes de tenir el seu propi patrocini, comparteixen aquest amb el primer equip masculí. És el cas de tres equips: el Sevilla, el Màlaga i l'Albacete. El primer té un acord de patrocini amb Playtika, una companyia que desenvolupa jocs de mòbil de casino des de l'agost de 2017.<sup>123</sup> El Màlaga porta en la seva samarreta la marca Tesesa, una empresa

---

<sup>120</sup> Nuevecuatrouno. (2018, 24 de juliol). Una empresa de Arrúbal, principal patrocinador del EDF: GESITMA. *Nuevecuatrouno*. Consultat el 10 de maig del 2019, des de <https://nuevecuatrouno.com/2018/07/24/una-empresa-de-arrubal-principal-patrocinador-del-edf-gesitma/>

<sup>121</sup> Europa Press. (2018, 16 de març). El puerto de Huelva será el patrocinador principal del Sporting Club la próxima temporada. *Europa Press*. Consultat el 10 de maig del 2019, des de <https://www.europapress.es/andalucia/puertos-del-estado-01056/noticia-puerto-huelva-sera-patrocinador-principal-sporting-club-proxima-temporada-20180316131744.html>

<sup>122</sup> Unión Deportiva Granadilla Tenerife Sur. (n.d.) Consultat el 10 de maig del 2019, des de [https://es.wikipedia.org/wiki/Unión\\_Deportiva\\_Granadilla\\_Tenerife\\_Sur#Proveedores\\_y\\_patrocinadores](https://es.wikipedia.org/wiki/Unión_Deportiva_Granadilla_Tenerife_Sur#Proveedores_y_patrocinadores)

<sup>123</sup> Europa Press. (2017, 19 d'agost). Playtika, nuevo patrocinador principal del Sevilla. (*Europa Press*). Consultat el 10 de maig del 2019, des de <https://www.europapress.es/deportes/futbol-00162/noticia-playtika-nuevo-patrocinador-principal-sevilla-20170819153400.html>

malaguenya dedicada a la fabricació de portes, des de l'agost de 2018. Aquest sponsor ha aparegut en la samarreta de l'equip de futbol masculí, femení i de les categories inferiors durant l'última temporada, i així seguirà sent fins a la temporada que ve. "Veient el retorn que va tenir l'empresa en 2008, hem volgut apostar fort per patrocinar el Màlaga. El que no entenc és perquè un altre tipus d'empresa més fort no s'ha llençat a aquest projecte", explicava José Hernandez, el responsable de Tesesa, el dia de la presentació, fent referència al fet que una dècada abans ja havien estat patrocinadors del club malagueny.<sup>124</sup> Per últim, l'Albacete Balompié ha jugat aquesta temporada amb l'empresa asseguradora Soliss. Tot i que l'acord amb l'empresa procedent de Toledo ha estat només per una temporada, Vicente Varela, el vicepresident del club, confiava que "amb la bona relació que tenim amb Soliss Seguros, estem convençuts que durarà més. L'any passat vam fer un esforç entre tots perquè l'equip fos capaç de tenir una major visibilització i generar així més atracció perquè les empreses apostessin per l'esport femení", segons afirmava el dia que es va fer la presentació oficial del nou patrocinador femení.<sup>125</sup>

Després d'aquest grup on els equips masculins i femenins comparteixen sponsor en la samarreta, hi ha un altre grup petit on l'equip femení no té cap patrocinador oficial en la samarreta. Aquest és el cas del Llevant UD, el Real Betis, el Rayo Vallecano, i en última instància el Madrid CFF, tot i que l'abril d'enguany va firmar un acord amb BeSoccer perquè fossin patrocinadors per un any, malgrat que el seu nom apareixerà en la part posterior de la samarreta.

Fins a l'actualitat, aquests són els patrocinadors principals dels 16 equips de la Lliga Iberdrola i hi ha tres aspectes que es repeteixen en la gran majoria d'ells. El primer, que les xifres dels patrocinis no es fan públiques, exceptuant el cas del Barça, en el qual *La Vanguardia* assegurava que els diners que posava Stanley cada temporada eren 3'5 milions d'euros. Sembla llavors que hi hagi un cert misticisme entorn del tema dels diners en el futbol femení, ja que ni se sap els sous de les jugadores ni el que

---

<sup>124</sup> Contreras, C. (2018, 30 d'agost). Tesesa vuelve a apostar por el Málaga. *Diario Sur*. Consultat el 10 de maig del 2019, des de <https://malagacf.diariosur.es/malaga-tesesa-unen-20180829141901-nt.html>

<sup>125</sup> Albacete BP. (2018, 30 d'agost). *Soliss Seguros, nuevo patrocinador principal del Fundación Albacete Femenino*. Consultat el 10 de maig del 2019, des de <https://www.albacetebalompie.es/noticia/soliss-seguros-nuevo-patrocinador-principal-del-fundacion-albacete-femenino>

paguen les empreses patrocinadores. El segon aspecte és la relació geogràfica establerta en més de la meitat dels acords, ja que l'empresa patrocinadora és de la mateixa comunitat autònoma de l'equip en 9 ocasions. Un altre aspecte que es podria destacar seria que la gran majoria d'acords són del mateix any o posterior a la introducció d'Iberdrola en la Lliga femenina i, consegüentment, de l'augment de visibilitat del futbol femení. Malgrat això, no és un factor del tot determinant ja que uns pocs equips ja tenien alguns patrocinadors prèviament als actuals.

Per tant, és fàcil arribar a la conclusió que hi ha hagut una simbiosi entre l'ajuda que han donat les televisions, per una banda, i les marques patrocinadores, per una altra, que han portat a un creixement exponencial del futbol femení en els recents anys. Però el que està clar en aquest procés, és que l'apadrinament de marques importants i de patrocinadors que hagin apostat per elles ha estat un dels motors principals que justifiquen l'auge del futbol femení a Espanya. Les empreses patrocinadores han volgut que la seva marca es veiés en els mitjans de comunicació, llavors han estat els primers interessats en què el futbol femení tingués molt de ressò, i d'un esport que ha estat a l'ombra durant dècades, s'ha aconseguit que surti a la llum.

El poder dels diners, senyores i senyors.

### 3.5. CAPÍTOL 5: MIRANT CAP AL FUTUR

Creixement, auge, imparable i evolució. Aquestes quatre paraules potser han estat les que més s'han repetit en totes les entrevistes que he anat realitzant als periodistes del món de l'esport. Són paraules que recullen la situació actual que està vivint el futbol femení, el qual ha passat pràcticament 30 anys sense repercussió -des de la temporada 1988/1989, quan es va jugar la primera lliga- i en els últims 3 anys ha tingut un creixement completament exponencial en millores de condicions, atenció mediàtica i reconeixement, tal com hem explicat al llarg del reportatge. Si ja hem posat el focus en el passat i el present, ara és hora de posar-lo en el futur. Si cada temps verbal s'hagués d'associar amb una paraula, una proposta podria ser la següent: passat amb oblit, present amb evolució, i futur amb esperança.

Malgrat aquest sentiment d'esperança generalitzat, el futur és una cosa incerta, mai es pot estar segur al 100% de res. És per això que cal advertir que tot el que es pugui parlar en aquest capítol en referència a què li pot esperar a aquest esport en els pròxims anys són pures teories. No hi ha cap ciència certa de què el que es parli a partir d'aquí pugui succeir, però les opinions dels professionals entrevistats estan basades en l'experiència en el sector esportiu, pel qual es poden considerar fonts molt fiables.

Tot i aquest creixement exponencial que ha experimentat el futbol femení en els recents anys, la veritat és que encara queda molta feina i molt de camí al davant. Encara falta temps, gols i kilòmetres recorreguts sobre el terreny de joc perquè les jugadores demostrin la seva vàlua cap aquells aficionats més escèptics del futbol per tal que deixin caure la bena dels ulls i obrin més la ment. Les claus perquè succeeixi això són diverses, segons ens han explicat els professionals d'aquest àmbit.

Un factor que han apuntat tots els periodistes ha estat la creació de l'equip del Real Madrid femení. No hi ha dubte en què l'equip *merengue* és un dels millors del món. L'extens palmarès, on destaquen les 13 Champions, els 7 Mundial de Clubs o el trofeu

que l'acredita com al millor equip del segle XX ratifiquen aquest títol.<sup>126</sup> A més, és un dels equips amb més influència a Internet, ja que segons una notícia publicada al diari *El Español* l'agost de 2018, el Real Madrid era l'equip més buscat a Internet, a més de ser un dels més seguits en les xarxes socials -prop de 72 milions de seguidors a Instagram, 109 milions a Facebook i 32 a Twitter-.<sup>127</sup> Aquest poder i influència que té la institució madrilenya podria ser molt important a l'hora de donar una empenta al futbol femení espanyol, però sembla que Florentino Pérez, el president del Real Madrid, no està gaire per la labor de crear-lo. Va ser fa dos anys quan Manu Carreño, periodista de la Cadena SER, li va preguntar en una entrevista si hi hauria un equip de futbol del Real Madrid femení. Florentino Pérez va dir que sí que hi hauria un, malgrat que la primera intenció era la creació d'una acadèmia formativa de jugadores per tal d'acabar formant un equip competitiu basat en el planter.<sup>128</sup> D'aquestes declaracions ja fan gairebé dos anys, i de moment no hi ha moviment entorn d'aquest tema.

I veient l'auge que ha tingut el futbol femení en els últims anys, la pregunta que li sorgeix a qualsevol aficionat seria: per què Florentino Pérez no es decideix a crear l'equip femení? Els motius amb els quals es pot teoritzar són diversos. Partim de la base de què el club no és molt donat a diversificar les seccions, ja que només té presència en el futbol i en el bàsquet. Això contrasta amb equips com el Barça, que té seccions en la gran majoria d'esports: futbol, bàsquet, hoquei, handbol, futbol sala... i fins i tot, eSports. Josep Maria Blanco, professor de periodisme esportiu a la UAB, tenia molt a dir envers l'aposta sobre segur i la poca capacitat d'arriscar de l'equip blanc. "El Madrid té el futbol i el bàsquet i ja està, perquè cada cop ha anat tancant més seccions, igual que l'Atlético de Madrid. Aquests grans clubs, si de veritat volen treballar els valors, haurien de pensar a fer les seves seccions en femení, o com a mínim donar-les poder. Quina por poden tenir? La de no aconseguir èxits? En canvi,

---

<sup>126</sup> Palmarés de fútbol. (n.d.). Consultat el 16 de maig del 2019, des de <https://www.realmadrid.com/sobre-el-real-madrid/palmares/futbol>

<sup>127</sup> E.B. (2018, 22 d'agost). El Real Madrid, el equipo más popular del mundo. *El Español*. Consultat el 16 de maig del 2019, des de [https://www.elespanol.com/elbernabeu/madridismo/20180822/real-madrid-equipo-popular-mundo/332217558\\_0.html](https://www.elespanol.com/elbernabeu/madridismo/20180822/real-madrid-equipo-popular-mundo/332217558_0.html)

<sup>128</sup> Roldán, I. (2017, 8 de setembre). Florentino insiste en que el Real Madrid tendrá equipo femenino. *AS*. Consultat el 16 de maig del 2019, des de [https://as.com/futbol/2017/09/08/mas\\_futbol/1504889641\\_486345.html](https://as.com/futbol/2017/09/08/mas_futbol/1504889641_486345.html)

el Barça té picardia perquè veu una oportunitat i obre una nova secció, i per això tenen el futbol sala, l'handbol, el rugbi...”.

Florentino Pérez és un home que destaca per la seva visió empresarial, i no és per menys si tenim en compte les empreses on té una part de control. Entre aquestes s'inclouen el grup constructor ACS, el Teatre Reial de Madrid, la Fundació d'Enginyers de Camins, Canals i Ports i el Real Madrid, òbviament.<sup>129</sup> Potser és per això que no vol gastar diners en un projecte on no veurà retornada la inversió econòmica, segons explicava un article de *El Confidencial*.<sup>130</sup> A més, començar un equip de nou no significa que els èxits arribin ràpidament, i tenir un equip que no aportï victòries importants a la institució i que, probablement, acabi perdent per golejades els primers partits que pugui jugar és una cosa a la qual no sembla estar disposat el senyor Florentino. Com a espectadora i amant de futbol, seria molt maco veure un clàssic Barça-Madrid femení però durant els primers anys, l'expectació que aixecaria el partit entre aquests dos grans clubs no es correspondria amb el nivell que potser s'esperaria, ja que el Barça porta en funcionament més de 30 anys, però el Madrid seria el novell del grup, i aquesta superioritat possiblement es notaria en el camp i en el marcador final.

Per tant, tot i l'ajuda que podria suposar la creació de l'equip femení del Real Madrid, es necessitaria alguns anys perquè l'equip fos competitiu i estigués al nivell dels seus dos grans competidors: el Barça i l'Atlético de Madrid. Del que hi ha pocs dubtes és que el Real Madrid tindrà un equip femení. Com a mínim, això és el que m'explicava l'Ernest Macià, professor de periodisme esportiu a l'URL i periodista a Catalunya Ràdio, en la reunió que vam tenir al barri de Gràcia de Barcelona. “Florentino de moment és reticent a fer-ho, però quan vegi que tothom hi aposta, doncs tirarà endavant. Això ja no té marxa enrere”, afirmava amb convicció.

Seguint el que deia Macià de l'aposta pel futbol femení, aquest seria un segon punt clau perquè segueixi desenvolupant-se com fins aleshores. Aquesta aposta ha de

---

<sup>129</sup> Florentino Pérez. (n.d.). Consultat el 17 de maig del 2019, des de [https://es.wikipedia.org/wiki/Florentino\\_P%C3%A9rez](https://es.wikipedia.org/wiki/Florentino_P%C3%A9rez)

<sup>130</sup> De la Calle, F. (2018, 9 de setembre). Por qué Florentino Pérez descartó un Real Madrid femenino. *El Confidencial*. Consultat el 17 de maig del 2019, des de [https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2018-09-09/real-madrid-futbol-femenino-florentino-perez\\_1613237/](https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2018-09-09/real-madrid-futbol-femenino-florentino-perez_1613237/)

venir tant dels patrocinadors com dels mitjans de comunicació. Per una banda, si la lliga femenina aconsegueix captar més patrocinis que destinin diners -tal com fan Iberdrola i LaLiga fins ara-, aquests es podran revertir en els diferents equips i ajudar a fer que les seves condicions millorin i puguin dedicar-se per complet al futbol. Amb això, el nivell de les jugadores i dels clubs en general augmentaria notablement i es contribuiria a fer una lliga més competitiva i amb més nivell. Tanmateix, Aimara Gil, la cap de secció de futbol femení de l'AS, va voler posar el fre i fer-nos tocar de peus a terra per no oblidar-nos de la gran millora que encara necessita la Lliga Iberdrola. "S'ha de ser realistes i veus un partit de primera divisió entre equips de la zona baixa i estan al nivell de Segona B o de Tercera divisió masculina. No és el mateix que veure un Atlético de Madrid - Barça, que són jugadores molt bones. S'ha de ser conscients que encara hi ha molt de camí per recórrer", explicava la periodista per telèfon. A més de les apostes per la lliga, si les empreses patrocinen a algun club, contribuiran a fer que surtin més pels mitjans de comunicació. Per tant, cada passa que es dona ajudarà a realitzar la següent fins que la bola es faci tan gran com ho poden arribar a ser les jugadores.

Per altra banda, els mitjans de comunicació també han de seguir donant veu i espai mediàtic al futbol femení. Un exemple recent de suport televisiu es va donar amb la final de la Copa de la Reina d'enguany. A principis de maig saltava la notícia que contribuïa a fer un pas endavant enorme en la visibilització del futbol femení, i és que Telecinco retransmetria el partit que disputarien l'Atlético de Madrid i la Real Sociedad l'11 de maig a partir de les 20:30 h, el que significava que la cadena espanyola més vista -en abril va tenir una quota de pantalla de 14'1% i ja encadena 8 mesos seguits sent líders d'audiència- oferiria el partit en *prime time*.<sup>131</sup> Aquesta mostra de suport va venir acompanyada de la promoció enmig de programes de la cadena, com va ser el cas de Supervivientes. El famós reality show de Telecinco va convidar a la capitana de l'Atlético de Madrid, Lola Gallardo, al plató de televisió i va connectar alhora amb Mariasun Quiñones, la portera de l'equip donostiarra. "Per a nosaltres és molt important que una cadena com Telecinco ens televisï", afirmava Lola Gallardo al plató,

---

<sup>131</sup> Análisis de Audiencia TV: Abril 2019. (n.d.). Consultat el 18 de maig del 2019, des de <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-de-audiencia-tv-abril-2019/>



conscient de l'acaparador mediàtic que havien aconseguit amb l'aposta de Telecinco.<sup>132</sup>

L'aposta que va fer Telecinco va quedar totalment recompensada, com a mínim en termes d'audiència, ja que va aconseguir 1,6 milions d'espectadors, el que significava un *share* del 14,8%. A més, a les 22:22 h es va aconseguir el minut d'or del dia amb uns 2'8 milions d'espectadors, representat amb un 20,3% de quota de pantalla.<sup>133</sup> Per tant, amb aquestes xifres queda més que demostrat que el futbol femení interessa a la ciutadania, i que l'aposta dels mitjans de comunicació pot seguir augmentant perquè segurament veuran la seva inversió retornada. A més, contra més portades i més pàgines es dediquin en els diaris, més enganxarà a la gent i més espectadors s'aconseguiran.

El tercer factor que donaria un impuls al futbol femení seria l'obertura dels estadis de primera divisió masculina per als partits de les jugadores. Aquest és un fet que en 2019 s'ha anat repetint diversos cops, arribant fins i tot a batre el rècord mundial d'assistència. Aquesta fita es va produir el 17 de març amb l'enfrontament entre l'Atlético de Madrid i el Barça al Wanda Metropolitano, al qual van assistir 60.739 aficionats i va marcar una xifra sense precedents a escala mundial. Tot i això, hi ha hagut altres partits femenins d'enguany que han aconseguit una excel·lent entrada, com és el cas de l'Athletic Club - Atlético de Madrid jugat a l'estadi del nou San Mamés. Aquest es va disputar el 30 de gener i hi van acudir 48.121 aficionats. El tercer exemple el trobem amb el Betis - Sevilla disputat el 13 d'abril al Benito Villamarín. En aquesta ocasió, la xifra d'assistents va arribar als 23.812. Un altre dels partits més multitudinaris es va celebrar el 10 de febrer a Anoeta, el camp de la Real Sociedad. Es va disputar el derbi contra l'Athletic Club i van aconseguir una xifra de 21.234 assistents. L'Espanyol també va obrir les portes de l'RCDE Stadium per a les seves jugadores, que s'enfrontaven a l'Atlético de Madrid el 22 d'abril. La xifra d'aficionats

---

<sup>132</sup> Telecinco.es. (2019, 9 de maig). Lola Gallardo visita el plató de 'SV' antes de disputar la 'Copa de la Reina': "Para nosotras es muy importante que una cadena como Telecinco nos televisé". *Telecinco.es*. Consultat el 18 de maig del 2019, des de [https://www.telecinco.es/supervivientes/futbol-femenino-copa-reina-lola-gallardo-mariasun-quinones\\_18\\_2751795241.html](https://www.telecinco.es/supervivientes/futbol-femenino-copa-reina-lola-gallardo-mariasun-quinones_18_2751795241.html)

<sup>133</sup> Real Federación Española de Fútbol. (2019, 12 de maig). *AUDIENCIAS | 1,6 millones de espectadores (14,8% share) siguieron la final de la Copa de la Reina*. Consultat el 19 de maig del 2019, des de <https://www.rfef.es/noticias/audiencias-16-millones-espectadores-148-share-siguieron-final-copa-reina>

que va anar al camp va ser 20.615, assentant així el rècord d'assistència en un partit de futbol femení a Catalunya.<sup>134</sup>

Aquestes són les 5 xifres d'assistència més altes del 2019, malgrat que també hi ha hagut algunes xifres més baixes, on no s'ha arribat als 10.000 però s'han quedat a prop. Aquest seria el cas del València - Llevant disputat a Mestalla el 22 d'abril davant de 9.345 aficionats. En tot cas, si els clubs decideixen donar-les l'oportunitat i obrir les portes dels estadis, generalment els aficionats del futbol -no només del femení, sinó de món del futbol en general- responen. Per aconseguir aquestes xifres, és necessària una promoció molt gran per part dels clubs, especialment a les xarxes socials. En el cas del partit del Wanda Metropolitano, des que es va anunciar que es jugaria el partit a l'estadi, les xarxes socials de l'Atlético de Madrid recordaven molt sovint l'esdeveniment per tal que la gent s'animés a comprar entrades. Però, per desgràcia, aquestes xifres no són representació de la realitat, ja que en l'actualitat, la xifra mitjana d'assistents als partits és molt més baixa, tal com explicava l'Aimara Gil, cap del futbol femení de l'AS: "És molt maco anar al Wanda i donar suport al teu equip, però després de normal venen 600 aficionats de mitjana. Llavors, per molt que els mitjans vulguin donar-li importància, aquesta importància ha de venir també amb la repercussió que té sobre els aficionats, i molts cops potser no en té tanta com ens agradaria".

Per tant, si es vol aconseguir que més estadis obrin les seves portes i donin l'oportunitat a les seves jugadores de disputar un partit allà, és necessari que més gent s'animi a veure regularment els partits de futbol quan es juguen en camps més petits. A més, l'excusa de què les entrades són molt cares no serveix en aquest cas, ja que, com a molt, els tiquets més cars poden arribar als 5 €. Aquest seria en el millor dels casos, ja que hi ha cops que les entrades són gratis. Potser aquest és un dels factors que fa que els directius dels clubs es repensin dos cops l'opció d'obrir un estadi, ja que costa molts diners i si les entrades estan a 0, 3 o 5 euros, no aconsegueixen veure retornada la inversió per les despeses de llum, aigua i treballadors, entre d'altres.

---

<sup>134</sup> Camino, M. (2019, 14 de maig). El fútbol femenino en estadios de Primera. *Los otros 18*. Consultat el 19 de maig del 2019, des de <https://www.losotros18.com/futem/futbol-femenino-estadios-primera/>

Per últim, el gran factor que han mencionat els periodistes té a veure amb la selecció espanyola, i seria el fet d'aconseguir un gran triomf amb la selecció absoluta. Fins al moment, el millor paper que ha fet en l'Eurocopa va ser el 2013 a Suècia i el 2017 a Holanda, on en ambdues ocasions va arribar només a quarts de final i va caure eliminada. En els Mundials l'estadística tampoc millora, ja que l'únic cop que va aconseguir classificar-se per poder disputar el campionat va ser al Canadà el 2015, però es van quedar a la fase de grups. Els papers discrets que han tingut la selecció absoluta contrasten amb el de les categories inferiors. Només l'any passat, la Sub 17 va guanyar el Mundial i l'Europeu, la Sub 19 l'Europeu i la Sub 20 va ser subcampiona en el Mundial.<sup>135</sup> David Menayo, el cap de la secció de futbol femení del *Marca*, ens explicava per telèfon des de la redacció del *Marca* com s'han viscut els èxits de les categories inferiors de la selecció espanyola a falta de victòries de l'Absoluta: "El que li falta al futbol femení és un gran èxit esportiu. S'ha vist molt per les seleccions inferiors i al final tots els mitjans de comunicació hem venut el campionat del món Sub 17 com si haguéssim guanyat el Mundial de Sud-Àfrica. Que jo ho aplaudeixo, però crec que si un equip espanyol guanyés la Champions o si Espanya guanyés el Mundial o una Eurocopa, seria una bomba".

Els campionats internacionals són un esdeveniment que agrupen i uneixen molt als aficionats, i aquest estiu es disputa el Mundial a França. Serà una oportunitat de veure, també, quin és el nivell de seguiment mediàtic que aconsegueix el futbol femení, tal com ens explicava l'Aimara Gil des de la redacció de l'AS: "Jo crec que en el Mundial es veurà realment la cobertura que li donaran els mitjans de comunicació perquè no hi ha cap altre gran esdeveniment en el món més enllà del mundial femení. Llavors, veurem si els diaris segueixen apostant per Mbappé en comptes de la selecció en cas que arribi una mica lluny. Siguem realistes, no li pots donar una cobertura d'un mundial masculí perquè no és el mateix, però si arriben a octaus o quarts de final i no són portada, es veurà realment la implicació dels grans mitjans per al futbol femení".

---

<sup>135</sup> Selección femenina de fútbol de España. (n.d.) Consultat el 20 de maig del 2019, des de [https://es.wikipedia.org/wiki/Selecci%C3%B3n\\_femenina\\_de\\_f%C3%BAtbol\\_de\\_Espa%C3%B1a#Hist%C3%B3rico\\_2018\\_de\\_las\\_selecciones\\_juveniles](https://es.wikipedia.org/wiki/Selecci%C3%B3n_femenina_de_f%C3%BAtbol_de_Espa%C3%B1a#Hist%C3%B3rico_2018_de_las_selecciones_juveniles)

Per tant, la suma d'aquests quatre factors podria donar l'impuls que el futbol femení encara segueix necessitant en els mitjans de comunicació. Cert és que 2019 està sent un any revolucionari, on s'han obert més camps de futbol, ha tingut més presència en les televisions i en la premsa, es volen millorar les condicions de les jugadores mitjançant el Conveni Col·lectiu... Malgrat això, l'atenció mediàtica que rep segueix sent molt inferior a la dels homes, però ja comença a apropar-se a la que, com a mínim, es mereixen.

La pregunta immediata a la qual desemboca no només aquest capítol, sinó que tot el reportatge, és la següent: arribarà algun dia el futbol femení a tenir tanta importància com el masculí? La resposta generalitzada dels entrevistats van ser respostes que amagaven un no al darrere, com es podia veure en el cas de Miki Soria, el cap del futbol femení al *Sport*: "No ho crec però perquè costarà molt d'aconseguir. No sé si d'aquí a 30 anys passarà, però d'aquí a 5-10 anys, no ho veig possible. Els diners que mou el futbol...". Aquesta resposta feia referència al fet que ni el femení ni cap altre esport -o cosa, en general- pot arribar a moure els diners i els interessos com ho fa el futbol masculí. No es pot considerar que l'èxit del futbol femení arribi en el moment en què s'equiparin al futbol masculí perquè això pot ser que no arribi mai, i no per això significarà que hagi fracassat. La solució que proposava Sergi Solé, del *Mundo Deportivo*, era la de poder arribar a equiparar-se a països on la tradició futbolística femenina està més arrelada i té més seguiment. "Aquí l'objectiu és apropar-se a França i Alemanya, ja que a Alemanya per exemple, hi van 20.000 persones per partit. Però guanyen mundials, Eurocopes i les Champions cada any. Estan molt consolidats perquè inverteixen també molts diners", explicava el periodista.

En tot cas, els diaris madrilenys advocaven per no posar sostre al futbol femení i per perseguir la millora de condicions i oportunitats, tal com explicava l'Aimara Gil, del diari AS: "Jo crec que en l'actualitat el futbol femení no ha de posar-se sostre, ha d'aspirar a omplir els grans estadis cada cap de setmana, perquè hi ha una afició, hi ha un nínxol de persones que abans no coneixien el futbol femení però que els està començant a agradar. I sobretot, que les esportistes siguin professionals, que puguin dedicar-se només al futbol i que es cuidin per ser futbolistes...estic segura que el nivell de les jugadores millorarà, l'espectacle serà millor i anirà més gent a veure-les".

Per altra banda, David Menayo, el periodista del *Marca*, responia a la pregunta dient que “crec que no hi ha res que es pugui comparar. Si poses per la televisió una final de Champions femenina i masculina, la gent veurà la masculina per molt que no aparegui cap equip espanyol, però és una cosa lògica: tenen més seguidors, més afició, més suport... Pel que hem de lluitar és perquè el futbol femení tingui aquestes oportunitats, tingui el suport, els diners i les condicions”.

De totes les entrevistes s'extrau, llavors, una conclusió clara: no s'arribarà a equiparar el nivell d'importància del femení amb el masculí, i no serà perquè s'ho mereixin menys ni siguin més dolentes ni res similar. Sembla que si s'arribarà a tenir els mateixos drets i les mateixes condicions i, fins i tot, jugar en els estadis grans molt sovint, però el més probable és que no es paguin sous tan alts, ni es facin fitxatges tan cars, ni acaparin tantes portades. Arribarà un moment en què el problema no serà la diferència de nivell entre masculí i femení, ja que diferències físiques i fisiològiques seguiran existint, però en qüestió de tècnica i nivell generalitzat, augmentarà molt més arran dels patrocinis que pot aconseguir i la possibilitat de les jugadores de centrar-se més en el futbol.

El gran problema és el monstre en què s'ha convertit el futbol en si, ja que dona la sensació que els interessos i els diners ja queden per sobre del propi esport. Entre fitxatges, sous i venda d'articles dels clubs -com les samarretes, per exemple- es genera i es mou una quantitat de diners que poques coses en el món són capaces de fer-ho. És més, fa uns dies apareixia una notícia on s'explicava quina era la forma en què equips com el Manchester City, el president del qual és un xec àrab, finançaven fitxatges que podien superar els 100 milions d'euros. La notícia recollia unes declaracions de Uli Hoeness, el president del Bayern de Munich, que deien el següent: “El meu amic Pep [Guardiola] em va explicar què passa quan vol fitxar un jugador que costa 100 milions d'euros. Ell reuneix diversos vídeos del futbolista i vola per veure al xec. Un cop allà, tenen un menjar abundant durant el qual el Pep li ensenya els vídeos. El xec transfereix llavors els diners i l'endemà ell mateix puja una mica el gas... i ja ha recuperat els diners”.<sup>136</sup>

---

<sup>136</sup> Redacción Depor. (2019). *La receta de Pep: "Cuando Guardiola fichaba un jugador de 100 millones, el jeque subía el gas"*. Consultat el 21 de maig del 2019, des de <https://depor.com/futbol->

Un altre cas on un fitxatge podria haver costat diners dels ciutadans, presumptament, va ser el de Gareth Bale, l'estrella galàctica que va fitxar pel Real Madrid l'any 2013. Segons denunciava Derk Jan Eppink, un antic eurodiputat holandès, el fitxatge del jugador gal·lès s'hauria efectuat amb diners públics. La història es remunta a 2012, any en què la crisi a Espanya va colpejar durament. La Unió Europea va deixar diners als bancs espanyols per rescatar-los, i dels 61.500 milions que van prestar, Bankia es va quedar amb 22.429 milions.<sup>137</sup> Cal remarcar que Bankia era el banc de confiança del Real Madrid, ja que ja havia deixat en 2009 un préstec de 76,5 milions d'euros a l'equip blanc per fitxar a Cristiano Ronaldo i a Kaká.<sup>138</sup> L'eurodiputat holandès afirmava que el fitxatge de Gareth Bale, llavors, s'havia efectuat amb diners del rescat bancari. Derk Jan Eppink declarava el següent a Ràdio Barcelona l'any 2016 entorn d'aquesta polèmica: "Tenia el pressentiment de què alguna cosa anava malament en el fitxatge de Bale. Sabia que Bankia era el banc de referència del Real Madrid, el que podia implicar que els diners que enviava Europa per salvar el banc s'estaven utilitzant per ajudar al club blanc a comprar el gal·lès".<sup>139</sup>

Per tant, el futbol està arribant a un punt on, en els casos més extrems, afecta indirectament a les butxaques dels ciutadans. El futbol està massa arrelat a la societat i és molt complicat que pugui arribar a disminuir aquest interès. A més, Espanya encara segueix vivint en una societat masclista i heteropatriarcal, fet que ralentitza el desenvolupament del futbol femení. En qualsevol cas, es podrà ralentitzar, però no frenar, perquè hi haurà un grup -cada vegada més extens- de jugadores que seguiran jugant a futbol, seguiran lluitant per eliminar qualsevol mena de discriminació que puguin patir i seguiran avançant en cerca de la igualtat en aquest esport. Com dèiem al principi, el futur del futbol femení s'associa a l'esperança, i del que no es pot dubtar

---

[internacional/espana/fichajes-2019-europa-pep-guardiola-fichaba-jugador-100-millones-jeque-subia-gas-nndc-108247](http://internacional/espana/fichajes-2019-europa-pep-guardiola-fichaba-jugador-100-millones-jeque-subia-gas-nndc-108247)

<sup>137</sup> Muñoz, M. A. (2017, 22 de febrer). Bankia, historia de un desastre anunciado. *Cadena SER*. Consultat el 22 de maig del 2019, des de [https://cadenaser.com/ser/2017/02/21/economia/1487701797\\_103980.html](https://cadenaser.com/ser/2017/02/21/economia/1487701797_103980.html)

<sup>138</sup> Bosch, C. (2014, 12 d'agost). Bankia financió el fichaje de Cristiano Ronaldo. *Superdeporte*. Consultat el 22 de maig del 2019, des de <https://www.superdeporte.es/valencia/2014/08/12/bankia-financio-fichaje-cristiano/232166.html>

<sup>139</sup> Dotras, O. (2016, 17 de febrer). Denuncian en Bruselas que el fichaje de Bale se pagó con dinero público. *La Vanguardia*. Consultat el 22 de maig del 2019, des de <https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol/20160217/302226893804/madrid-bale-fichaje-bancos.html>

és de què l'evolució que hi ha hagut en aquests últims anys seguirà i seguirà, i veure noms com Sandra Paños, Mapi León, Amanda Sampedro o Alexia Putellas en les samarretes dels aficionats, serà cada cop més comú.

Això només és el principi.

## 4. EPÍLEG

Una setmana després d'haver finalitzat el reportatge és quan puc girar la vista enrere i veure en perspectiva com han estat aquests mesos dedicats al Treball de Fi de Grau. Han estat mesos difícils i aclaparadors, però m'ha permès introduir-me en un esport al que estimo i que ara admiro i segueixo.

Des d'un principi vaig poder apreciar que estava escollint un tema invisibilitzat perquè la recerca d'informació que vaig haver de dur a terme va ser majúscula. No vaig trobar cap llibre que expliqués la història del futbol femení a Espanya o a Europa, a gran trets, i això va dificultar l'apartat del Marc teòric. En ell vaig haver de fer una recerca d'informació molt gran per Internet per tal d'extraure un fil històric coherent i ampli sobre el futbol femení, començant des del segle XIX fins a arribar a l'actualitat. Una dificultat afegida en aquest apartat va ser que molta informació que trobava englobava l'esport femení en general, no només el futbol. Vaig tenir la sensació que els esports masculins tenen identitat pròpia per sí mateixos, però els femenins, malgrat tenir identitat pròpia també, queden més agrupats perquè no hi ha tanta informació al respecte.

He tingut la sort i, a la vegada, la desgràcia, de què 2019 ha estat un any revolucionari per al futbol femení. Quan vaig començar amb la idea a l'estiu del 2018, just després de veure la notícia de l'absència de la reina Letizia en la Copa de la Reina, el futbol femení no era un tema tan abordat en els mitjans, però al llarg del 2019 s'ha pogut anar veient més notícies i més seguiment d'aquest esport als mitjans de comunicació. A més, s'han batut rècords d'assistència als estadis de futbol, com seria el cas de l'Atlético de Madrid – Barça en el Wanda Metropolitano, on hi van assistir més de 60.000 persones. Tot aquest augment de visibilització del futbol femení pot semblar que desdibuixi la meua teoria de la discriminació mediàtica, però al final, en els telenotícies tenen aparicions residuals i a la ràdio pràcticament no es parla d'elles excepte quan hi ha una cita futbolística molt important, com va ser el cas de la final de la Champions femenina, en la qual Catalunya Ràdio va retransmetre el partit en directe amb el programa *La Transmissió d'en Torquemada (TdT)*. Cert és que els mitjans



digitals tenen bastanta més presència però en els escrits tenen una pàgina o dues diàries. Per tant, tot i aquest augment informatiu del futbol femení, no hem d'oblidar que la informació donada segueix sent molt inferior a la del masculí.

Per tal de construir un reportatge de tals magnituds, era imprescindible tenir una bona base de fonts personals que poguessin ampliar el meu coneixement i aportar informació molt vàlida i de primera mà. En primer lloc, si el meu Treball de Fi de Grau estava dedicat als principals mitjans de comunicació, era imprescindible parlar amb tots ells. La dificultat amb què em vaig trobar va ser purament geogràfica en el cas del *Marca* i *AS*, ja que en ser diaris madrilenys, vaig haver de fer l'entrevista per via telefònica. Els periodistes dels quatre diaris van mostrar-se sempre predisposats a ajudar-me i van facilitar-me molt la feina, fet pel qual els estic molt agraïda. Per altra banda, també era important comptar amb la veu de professors de Periodisme Esportiu, que donessin una visió més teòrica sobre el nostre paper com a periodistes i com podíem millorar la situació de discriminació mediàtica que es viu. M'hagués agradat comptar amb un altre professor, però a causa de les dificultats de quadrar horaris per fer l'entrevista, només vaig poder fer-li a dues persones de l'àmbit educatiu.

Un altre àmbit imprescindible que havia d'aparèixer al meu reportatge era el del món intern del futbol, és a dir, jugadores i entrenadors. Vaig tenir la immensa sort i honor d'entrevistar a Xavi Llorens i Laura Ràfols, dues figures que formen part de la història del Barça femení i que em van donar un punt de vista personal molt valuós pel Treball. Tanmateix, vaig intentar contactar amb més jugadores d'altres equips però per la seva disponibilitat no va ser possible entrevistar-les. M'hagués agradat comptar amb més protagonistes per aquest àmbit, ja que amb només un entrenador i una jugadora no podia extraure una opinió col·lectiva, sinó personal. Però sense cap mena de dubte, la part on més dificultats he tingut ha estat el dels patrocinadors, ja que o bé no contestaven o em van enviar només la nota on es va publicar l'acord de patrocini.

En global, malgrat les dificultats per fer les entrevistes, totes elles m'han aportat molta informació i un punt de vista personal de cadascun d'ells que he intentat plasmar en el reportatge.

Més enllà de les fonts, la principal dificultat a la qual m'he hagut d'enfrontar ha estat la meva inexperiència periodística. Tot i els treballs i reportatges que he anat realitzant durant els 4 anys de carrera, mai havia fet un de les magnituds que ha tingut aquest. A més, a nivell personal, m'ha servit per créixer com a escriptora i per aprendre a mostrar la meua veu en cadascun dels capítols que he realitzat, i que el lector ha pogut anar reconeixent a mesura que anava llegint. La recerca de informació i les entrevistes realitzades, sumades a la meua opinió i la meua veu, han donat com a resultat un reportatge de llarg alè sobre un tema complex i que s'ha sabut resoldre prou bé.

Per tant, com a conclusió global podria dir que estic molt orgullosa de la feina realitzada i del producte resultant, on he intentat aplicar totes les tècniques apreses durant la meua formació universitària, i on he tingut l'oportunitat de reptar-me i superar-me a mi mateixa.

Òbviament, aquest treball no hagués estat possible sense la col·laboració de totes aquelles persones entrevistades que han dedicat mitja hora del seu temps a parlar d'una afició que ens uneix, ni tampoc sense la inestimable ajuda de la meua tutora, la Catalina Gayà. Milers de gràcies per tots vosaltres.

## 5. WEBGRAFIA

- AFE. (2019, 20 de febrer). AFE presenta un bloque de propuestas para el Convenio Colectivo para el fútbol femenino profesional. *AFE*. Consultat el 8 d'abril del 2019, des de:  
<http://www.afe-futbol.com/web/noticia-detalle/afe-presenta-propuestas-para-el-convenio-colectivo-futbol-femenino-profesional>
- AFP Agencia. (2017, 14 de desembre). '*Feminismo*', la palabra más buscada en Internet este año en EEUU. Consultat el 20 de desembre del 2018, des de:  
<https://www.elheraldo.co/mundo/feminismo-la-palabra-mas-buscada-en-internet-este-ano-en-eeuu-436006>
- Albacete BP. (2018, 30 d'agost). *Soliss Seguros, nuevo patrocinador principal del Fundación Albacete Femenino*. Consultat el 10 de maig del 2019, des de:  
<https://www.albacetebalompie.es/noticia/soliss-seguros-nuevo-patrocinador-principal-del-fundacion-albacete-femenino>
- Análisis de Audiencia TV: Abril 2019. (n.d.). Consultat el 18 de maig del 2019, des de:  
<https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/analisis-de-audiencia-tv-abril-2019/>
- Antena 3. (2015, 24 de juny). Las jugadoras de la selección femenina de fútbol piden la dimisión de su entrenador. *Antena3*. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de:  
[https://www.antena3.com/programas/espejo-publico/noticias/jugadoras-seleccion-femenina-futbol-piden-dimision-entrenador\\_20150624571b042c4beb287a29174a95.html](https://www.antena3.com/programas/espejo-publico/noticias/jugadoras-seleccion-femenina-futbol-piden-dimision-entrenador_20150624571b042c4beb287a29174a95.html)
- Arena, K. (2013, 22 de julio). *Las noruegas machacan la inexperiencia de la Roja*. Consultat el 6 d'abril del 2019, des de:  
[http://www.furiaroja.com/femenina/eurocopa\\_femenina\\_2013.html](http://www.furiaroja.com/femenina/eurocopa_femenina_2013.html)

- Aubach, A. (2018, 14 de desembre). Se cumplen 18 años de la servilleta que unió a Messi con el FC Barcelona. *Sport*. Consultat el 27 d'abril del 2019, des de: <https://www.sport.es/es/noticias/barca/cumplen-anos-servilleta-messi-con-barcelona-7202885>
- Bonachera, R. (2011, 20 de desembre). Fuengirola, pionera en el fútbol femenino. *Vavel*. Consultat el 29 de novembre del 2018, des de: <https://www.vavel.com/es/futbol/2011/12/20/53036.html>
- Bosch, C. (2014, 12 d'agost). Bankia financió el fichaje de Cristiano Ronaldo. *Superdeporte*. Consultat el 22 de maig del 2019, des de: <https://www.superdeporte.es/valencia/2014/08/12/bankia-financio-fichaje-cristiano/232166.html>
- Cambio de imagen. [Entrada blog]. Consultat des de: <https://sites.google.com/site/historiadelfutbolfemenino/cambio-de-imagen>
- Camino, M. (2019, 14 de maig). El fútbol femenino en estadios de Primera. *Los otros 18*. Consultat el 19 de maig del 2019, des de: <https://www.losotros18.com/futfem/futbol-femenino-estadios-primera/>
- Carbonero, J.; Borrero, J. (2018, 8 de març). El test personal a Priscila. *El Desmarque*. Consultat el 29 d'abril del 2019, des de: <https://eldesmarque.com/sevilla/real-betis/101937-el-test-personal-a-priscila>
- Carceller, A. (2014) *Sección femenina. La mujer dentro del franquismo*. Consultat el 25 de novembre del 2018, des de: <https://losojosdehipatia.com.es/cultura/historia/seccion-femenina-la-mujer-dentro-del-franquismo/>
- Carrasco, M.V. (2015). *El sufragio universal en España*. Consultat el 3 de gener del 2019, des de: <https://descubriralahistoria.es/2015/06/el-sufragio-universal-en-espana/>
- Castañer, C. En busca de la igualdad en el fútbol femenino espanyol. *ElDiario.es*. Consultat el 8 de desembre del 2018, des de: <https://branded.eldiario.es/igualdad-futbol-femenino/#about>

- Chávez, D. A. (2016). *Fútbol Femenino: Antecedentes, Actualidad y Cobertura Mediática* (Treball Fi de Grau. Universidad San Francisco de Quito). Consultat des de:  
<http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/5213/1/124578.pdf>
- Consejo Superior De Deportes. *UNIVERSO MUJER*. Consultat el 5 de maig del 2019, des de:  
<https://www.csd.gob.es/es/promocion-del-deporte/universo-mujer>
- Contreras, C. (2018, 30 d'agost). Tesesa vuelve a apostar por el Málaga. *Diario Sur*. Consultat el 10 de maig del 2019, des de:  
<https://malagacf.diariosur.es/malaga-tesesa-unen-20180829141901-nt.html>
- De la Calle, F. (2018, 9 de setembre). Por qué Florentino Pérez descartó un Real Madrid femenino. *El Confidencial*. Consultat el 17 de maig del 2019, des de:  
[https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2018-09-09/real-madrid-futbol-femenino-florentino-perez\\_1613237/](https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2018-09-09/real-madrid-futbol-femenino-florentino-perez_1613237/)
- De la Cruz, S. (2019, 12 d'abril). El convenio colectivo del fútbol femenino no sale del atolladero. *El Economista*. Consultat el 8 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.eleconomista.es/deporte-negocio/noticias/9820865/04/19/El-convenio-colectivo-del-futbol-femenino-no-sale-del-atolladero.html>
- Dotras, O. (2016, 17 de febrer). Denuncian en Bruselas que el fichaje de Bale se pagó con dinero público. *La Vanguardia*. Consultat el 22 de maig del 2019, des de:  
<https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol/20160217/302226893804/madrid-bale-fichaje-bancos.html>
- E.B. (2018, 22 d'agost). El Real Madrid, el equipo más popular del mundo. *El Español*. Consultat el 16 de maig del 2019, des de:  
[https://www.elespanol.com/elbernabeu/madridismo/20180822/real-madrid-equipo-popular-mundo/332217558\\_0.html](https://www.elespanol.com/elbernabeu/madridismo/20180822/real-madrid-equipo-popular-mundo/332217558_0.html)
- Efe. (2012, 27 d'agost). Modric, otro "bajito" que brilla. *AS*. Consultat el 27 d'abril del 2019, des de:  
[https://as.com/futbol/2012/08/27/mas\\_futbol/1346018410\\_850215.html](https://as.com/futbol/2012/08/27/mas_futbol/1346018410_850215.html)

- Efe. (2017, 13 de setembre). El deporte de élite reclama mayor reconocimiento para el género femenino. *Eldiario.es*. Consultat el 20 de novembre del 2018, des de:  
[https://www.eldiario.es/canariasahora/Deportes/deporte-reclama-reconocimiento-genero-femenino\\_0\\_686282167.html](https://www.eldiario.es/canariasahora/Deportes/deporte-reclama-reconocimiento-genero-femenino_0_686282167.html)
- Efe. (2019). Un Wanda Metropolitano de récord: 60.739 espectadores en el Atleti-Barça. *Sport*. Consultat el 13 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.sport.es/es/noticias/futbol-femenino/wanda-metropolitano-record-60739-espectadores-atleti-barca-7359709>
- Efe. (2019, 7 de març). Jenni Hermoso: "Ahora puedo decir que soy futbolista sin ningún miedo". *EFE*. Consultat el 27 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.efc.com/efe/espana/deportes/jenni-hermoso-ahora-puedo-decir-que-soy-futbolista-sin-ningun-miedo/10006-3917974>
- Eitb.Eus (2018, 31 de gener). Euskaltel patrocinará a la Real Sociedad hasta el final de la temporada. *Eitb.Eus*. Consultat el 8 de maig del 2019, des de:  
<https://www.eitb.eus/es/deportes/futbol/real-sociedad/detalle/5370953/euskaltel-patrocinara-real-sociedad-final-temporada/>
- El Confi TV (2019, 8 de març). Mediapro seguirá explotando el fútbol femenino durante tres temporadas. *El Confidencial*. Consultat el 6 de maig del 2019, des de:  
[https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2019-03-08/mediapro-liga-iberdrola-futbol-femenino-derechos\\_1869314/](https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2019-03-08/mediapro-liga-iberdrola-futbol-femenino-derechos_1869314/)
- ElCincoCero. (2018). *El primer partido de fútbol femenino en la historia*. Consultat el 23 de novembre del 2018, des de:  
<https://www.elcincocero.com/noticias/detalle/58-selecciones/2974-el-primer-partido-de-futbol-femenino-en-la-historia>
- *Enmiendas de Educación de 1972, Título IX y su implementación de su Reglamento contenido en 34 CFR Parte 106 (Título IX)*. Consultat el 5 de desembre del 2018, des de:  
[http://www.caribbean.edu/decanato\\_estudiantil/TITULO%20IX.pdf](http://www.caribbean.edu/decanato_estudiantil/TITULO%20IX.pdf)

- Ep. (2015, 30 de juliol). Ignacio Quereda dimite como seleccionador de fútbol femenino. *Superdeporte*. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.superdeporte.es/futbol/2015/07/30/dimite-ignacio-quereda-seleccionador-futbol/265226.html>
- Europa Press. (2017, 19 d'agost). Playtika, nuevo patrocinador principal del Sevilla. (*Europa Press*). Consultat el 10 de maig del 2019, des de:  
<https://www.europapress.es/deportes/futbol-00162/noticia-playtika-nuevo-patrocinador-principal-sevilla-20170819153400.html>
- Europa Press. (2018, 16 de març). El puerto de Huelva será el patrocinador principal del Sporting Club la próxima temporada. *Europa Press*. Consultat el 10 de maig del 2019, des de:  
<https://www.europapress.es/andalucia/puertos-del-estado-01056/noticia-puerto-huelva-sera-patrocinador-principal-sporting-club-proxima-temporada-20180316131744.html>
- Fartakh, A. (2013, 24 de juny). El nacimiento del movimiento feminista contemporáneo en España. *Mundiaro*. Consultat el 14 de desembre del 2018, des de:  
<https://www.mundiaro.com/articulo/sociedad/el-nacimiento-del-movimiento-femenista-contemporaneo-en-espana/20130624203344005425.html>
- Fernández, S. (2019, 8 de febrer). El salario mínimo de las futbolistas depende de la RFEF: serán 14.000 ó 20.000 euros. *Marca*. Consultat el 28 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/2019/02/08/5c5dbfe546163f4c358b45e5.html>
- Fernández, V. (2018). *Deporte con nombre de mujer en España*. Consultat el 28 de novembre del 2018, des de:  
<http://deporadictos.com/historia-y-realidad-deporte-femenino-en-espana/>
- FIFA. (2019). *INFORME TÉCNICO. COPA MUNDIAL FEMENINA SUB-17 DE LA FIFA URUGUAY 2018*. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de:

<https://resources.fifa.com/image/upload/fifa-u-17-women-s-world-cup-uruguay-2018-technical-report.pdf?cloudid=nasxtarjfhfjls18hkz>

- Florentino Pérez. (n.d.). Consultat el 17 de maig del 2019, des de:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Florentino\\_P%C3%A9rez](https://es.wikipedia.org/wiki/Florentino_P%C3%A9rez)
- Folguera, P. *El feminismo en la era del cambio*. Consultat el 3 de desembre del 2018, des de:  
<http://www.vallenajerilla.com/berceo/folguera/feminismoenlaeradelcambio.htm>
- Fontecha, M. (2016, 9 de març). Deporte y feminismo: una relación difícil. *Pikara Magazine*. Consultat el 16 de desembre del 2018, des de:  
<http://www.pikaramagazine.com/2016/03/deporte-y-feminismo-una-relacion-dificil/>
- Forbes. (2018) *The World's Highest-Paid Athletes*. Consultat el 3 de gener del 2019 des de:  
<https://www.forbes.com/athletes/list/#tab:overall>
- Frankfurt claim maiden crown. *UEFA*. Consultat el 14 de desembre del 2018, des de:  
<https://www.uefa.com/womenschampionsleague/history/season=2001/>
- Futbol Club Barcelona. (2017, 9 de maig). *Perfil de Xavi Llorens: L'home de club que ha fet gran el futbol femení*. Consultat el 6 d'abril del 2019, des de:  
[https://www.fcbarcelona.cat/ca/noticies/764614/perfil-de-xavi-llorens-lhome-de-club-que-ha-fet-gran-el-futbol-femeni?\\_ga=2.3619312.1714898164.1554499061-13395489.1549836334](https://www.fcbarcelona.cat/ca/noticies/764614/perfil-de-xavi-llorens-lhome-de-club-que-ha-fet-gran-el-futbol-femeni?_ga=2.3619312.1714898164.1554499061-13395489.1549836334)
- Giovio, E. (2019, 17 de gener). Marta Torrejón: “Mis padres tuvieron que escuchar comentarios muy feos”. *El País*. Consultat el 25 d'abril del 2019, des de:  
[https://elpais.com/deportes/2019/01/16/actualidad/1547649095\\_999394.html](https://elpais.com/deportes/2019/01/16/actualidad/1547649095_999394.html)
- Hemeroteca *El Mundo Deportivo* (29 de juny de 1981). Consultat el 7 de desembre del 2018, des de:  
<http://hemeroteca.mundodeportivo.com/preview/1981/06/29/pagina-20/1079450/pdf.html#&mode=fullScreen>



- Hemeroteca *El Mundo Deportivo* (3 de maig de 1989). Consultat el 8 de desembre del 2018, des de:  
<http://hemeroteca.mundodeportivo.com/preview/1989/05/03/pagina-26/1196252/pdf.html>
- Hemeroteca Sport. Consultat el 14 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.sport.es/es/copa-del-rey/p37/>
- Herbalife. (n.d.) Consultat el 8 de maig del 2019, des de:  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Herbalife>
- Hidalgo, M. (2018, 24 de desembre). *El punto de inflexión del fútbol femenino: entre la explosión definitiva y la rémora del machismo*. Consultat el 18 de desembre del 2018, des de:  
[https://www.eldiario.es/sociedad/ano-futbol-femenino\\_0\\_849715178.html](https://www.eldiario.es/sociedad/ano-futbol-femenino_0_849715178.html)
- Iberdrola. (2017, 24 de març). *Iberdrola y Universo Mujer: impulsando el deporte femenino*. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.iberdrola.com/sala-comunicacion/noticias/detalle/iberdrola-y-universo-mujer-impulsando-el-deporte-femenino-6094793820170324>
- Iberdrola apuesta por impulsar el deporte femenino en España. (n.d.). Consultat el 5 de maig del 2019, des de:  
<https://www.iberdrola.com/sala-comunicacion/noticias/detalle/iberdrola-apuesta-por-impulsar-el-deporte-femenino-en-espana-5060946820160721>
- Iglesias, J.M.(2016, 21 de juliol). Karbo Deportivo, un pasado con honores. *Vavel*. Consultat el 5 de desembre del 2018, des de:  
<https://www.vavel.com/es/futbol/2016/07/21/deportivo-de-la-coruna/671975-karbo-deportivo-un-pasado-con-honores.html>
- Kelly, M. (2015, 8 de juny). *De cómo la FIFA ha dañado el fútbol femenino*. Consultat el 17 de desembre del 2018, des de:  
<https://sports.vice.com/es/article/vvaawj/de-cmo-la-fifa-ha-danado-el-futbol-femenino>

- La Jugada Financiera. (2018, 17 d'abril). *Euskaltel renueva como patrocinador del Athletic Club hasta junio de 2019*. Consultat el 8 de maig del 2019, des de:  
<http://lajugadafinanciera.com/euskaltel-athletic-club-2019/>
- La Razón. (2019, 31 de gener). Historia de los patrocinios en el deporte. *La Razón*. Consultat el 4 de maig del 2019, des de:  
<https://www.larazon.es/hablemos-de-futuro/historia-de-los-patrocinios-en-el-deporte-CF21714633>
- LALIGA. (2018, 5 d'abril). *Nota informativa*. Consultat el 18 de desembre del 2018, des de:  
<https://www.laliga.es/noticias/nota-informativa-sobre-los-datos-de-audiencia-televisiva-de-los-clubes-de-laliga-santander>
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, BOE núm. 71 § Preámbulo. Consultat el 5 de maig del 2019, des de:  
<https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-6115-consolidado.pdf>
- Lionel Messi. (n.d.) Consultat el 27 d'abril del 2019, des de:  
<https://latam.historyplay.tv/microsites/history-futbol/biografias/lionel-messi>
- Live Soccer TV. (2018, 18 de maig). Herbolario Navarro ficha por el Valencia CF femenino con la Copa como primer objetivo. *Live Soccer TV*. Consultat el 9 de maig del 2019, des de:  
<https://www.livesoccertv.com/es/video/3702510/>
- López, S. (2019, 8 de febrer). L'Equipe publica la lista de los 10 mejor pagados del mundo. *AS*. Consultat el 28 d'abril del 2019, des de:  
[https://as.com/futbol/2019/02/08/internacional/1549639226\\_400480.html](https://as.com/futbol/2019/02/08/internacional/1549639226_400480.html)
- Luengo, M. (2018). Vicky Losada: "Hay pocos clubes en los que las chicas podemos vivir del fútbol". *El País*. Consultat el 29 d'abril del 2019, des de:  
[https://elpais.com/elpais/2018/02/23/eps/1519385741\\_650390.html](https://elpais.com/elpais/2018/02/23/eps/1519385741_650390.html)

- Mancera, D. (2017, 12 de gener). Nayeli Rangel: “Muchos hombres me decían que mi lugar estaba barriendo, no en el fútbol”. *El País*. Consultat el 26 d’abril del 2019, des de:  
[https://elpais.com/deportes/2017/01/10/actualidad/1484078619\\_544257.html](https://elpais.com/deportes/2017/01/10/actualidad/1484078619_544257.html)
- Mancera, D. (2017, 31 de gener). Charlyn Corral: “Hugo Sánchez y yo tenemos en común el olfato goleador”. *El País*. Consultat el 27 d’abril del 2019, des de:  
[https://elpais.com/deportes/2017/01/30/actualidad/1485808092\\_518991.html](https://elpais.com/deportes/2017/01/30/actualidad/1485808092_518991.html)
- Mara, K. (2015, 8 de juny). De cómo la FIFA ha dañado el fútbol femenino. *Vice*. Consultat el 13 d’abril del 2019, des de:  
<https://sports.vice.com/es/article/vvaawj/de-cmo-la-fifa-ha-danado-el-futbol-femenino>
- MARCA. *Final Copa del Rey*. Consultat el 14 d’abril del 2019, des de:  
<https://www.marca.com/futbol/copa-rey/final.html>
- Marca. (2019, 4 de maig). El comienzo de la próxima temporada del fútbol femenino, en el aire por el Convenio Colectivo. *Marca*. Consultat el 8 d’abril del 2019, des de:  
<https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/2019/05/04/5ccd7517ca47412d2d8b4627.html>
- Marinello, J.C. (2018). *Fútbol femenino: Breve historia de un deporte prohibido*. Consultat el 24 de noviembre del 2018, des de:  
<https://serhistorico.net/2018/07/17/futbol-femenino-breve-historia-de-un-deporte-prohibido/>
- Martínez, V. (2011). Los primeros pasos del futbol femenino en España. *Cuadernos de Fútbol*, (20), 5. Consultat el 3 de desembre del 2018, des de:  
<http://www.cihefe.es/cuadernosdefutbol/2011/04/los-primeros-pasos-del-futbol-femenino-en-espana/>
- Matatoros, S. (2017, 29 de gener). LaLiga e Iberdrola ponen de moda el fútbol femenino español. *Expansión*. Consultat el 5 de maig del 2019, des de:

<http://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2017/01/29/588b87d946163f60048b4669.html>

- Matatoros, S. (2018, 7 de noviembre). España, potencia emergente del fútbol femenino. *Expansión*. Consultat el 8 d'abril del 2019, des de:  
<http://www.expansion.com/directivos/deporte-negocio/2018/11/07/5be2ebf322601d51658b45ea.html>
- Matilla, A; Arés, R. (2019, 29 d'abril). La RFEF aprueba la nueva y polémica Liga Femenina. *AS.com*. Consultat el 8 de maig del 2019, des de:  
[https://as.com/futbol/2019/04/29/mas\\_futbol/1556539650\\_593688.html](https://as.com/futbol/2019/04/29/mas_futbol/1556539650_593688.html)
- Menayo, D. (2012, 24 d'octubre). Sí, sí, sí, la Euro ya está aquí. *Marca*. Consultat el 6 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.marca.com/2012/10/24/futbol/seleccion/1351104046.html>
- Menayo, D. (2018, 28 de maig). *Una Copa de la Reina sin reina: un paso atrás para la igualdad*. Consultat el 20 de desembre del 2018, des de:  
<https://www.marca.com/futbol/futbol-femenino/opinion/2018/05/28/5b0beaec268e3e45068b4589.html>
- Moreno, J. (2018). *Etapas del franquismo – Resumen*. Consultat el 28 de novembre del 2018, des de:  
[https://www.unprofesor.com/ciencias-sociales/etapas-del-franquismo-resumen-1994.html#anchor\\_1](https://www.unprofesor.com/ciencias-sociales/etapas-del-franquismo-resumen-1994.html#anchor_1)
- Mundo Deportivo. (2018, 5 d'abril). La selección Sub-17 femenina, Premio Nacional al Deporte 2018. *Mundo Deportivo*. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.mundodeportivo.com/futbol/femenino/20190227/46741731659/la-seleccion-sub-17-femenina-premio-nacional-al-deporte-2018.html>
- Mundo Deportivo (2018, 5 d'abril). LaLiga aclara las audiencias televisivas de cada club. *Mundo Deportivo*. Consultat el 7 de maig del 2019, des de:  
<https://www.mundodeportivo.com/futbol/laliga/20180405/442202803491/liga-audiencia-television-partidos.html>

- Mundo Deportivo. (2018, 8 de desembre). La nueva serie que tiene enganchado a Leo Messi. *Mundo Deportivo*. Consultat el 15 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.mundodeportivo.com/futbol/fc-barcelona/20181208/453380355274/la-nueva-serie-que-tiene-enganchado-a-leo-messi.html>
- Muñoz, M. A. (2017, 22 de febrer). Bankia, historia de un desastre anunciado. *Cadena SER*. Consultat el 22 de maig del 2019, des de  
[https://cadenaser.com/ser/2017/02/21/economia/1487701797\\_103980.html](https://cadenaser.com/ser/2017/02/21/economia/1487701797_103980.html)
- Muro. *El primer partido de fútbol en la historia*. Consultat el 23 de novembre del 2018, des de <http://www.futbolday.com/reportajes/primer-partido-de-futbol/>
- Naboulsi, O. (2016, 25 d'agost). El día en que Lola Flores y Rocío Jurado se pusieron flamencas por el fútbol femenino. *Playground*. Consultat el 30 de novembre de 2018, des de:  
[https://www.playgroundmag.net/sports/Lola\\_22669071.html](https://www.playgroundmag.net/sports/Lola_22669071.html)
- Newsrelease. (2018, 7 de març). Women in the EU earned on average 16% less than men in 2016: Lowest pay gap in Romania and Italy, highest in Estonia. *Eurostat*. Consultat 3 de gener del 2019, des de:  
<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/8718272/3-07032018-BP-EN.pdf/fb402341-e7fd-42b8-a7cc-4e33587d79aa>
- Nuevecuatrouno. (2018, 24 de juliol). Una empresa de Arrúbal, principal patrocinador del EDF: GESITMA. *Nuevecuatrouno*. Consultat el 10 de maig del 2019, des de:  
<https://nuevecuatrouno.com/2018/07/24/una-empresa-de-arrubal-principal-patrocinador-del-edf-gesitma/>
- Orgullosos de apoyar a las estrellas del deporte. (n.d.). Consultat el 5 de maig del 2019, des de:  
<https://www.iberdrola.com/conocenos/deporte-femenino>
- Ortiz, M.A. (2016, 1 de juny). Cuando elles recuperaron el balón. *Panenka*. Consultat el 3 de desembre, des de:

<https://www.panenka.org/miradas/historia-futbol-femenino-espana/>

- Ortiz, M.A. (2018, 7 de març). Las Spanish Girl's Club: Viajamos hasta la España de 1914 para conocer al Spanish Girl's Club, el primer equipo femenino de la historia del fútbol espanyol. *Panenka*. Consultat el 23 de novembre del 2018, des de:  
<https://www.panenka.org/pasaportes/10816/>
- Palanca, J. El feminismo durante el siglo XIX. *La Crisis de la Historia*. Consultat el 24 de novembre del 2018, des de:  
[https://www.lacrisisdelahistoria.com/feminismo-siglo-xix/#El\\_origen\\_del\\_feminismo\\_del\\_siglo\\_XIX](https://www.lacrisisdelahistoria.com/feminismo-siglo-xix/#El_origen_del_feminismo_del_siglo_XIX)
- Palco 23. (2019, 7 de febrer). Movistar+ toma el testigo de beIN y emitirá la Liga Iberdrola y la Copa de la Reina. *Palco 23*. Consultat el 7 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.palco23.com/marketing/movistar-apuesta-por-el-futbol-femenino-emitira-la-liga-iberdrola-y-la-copa-de-la-reina.html>
- Palco 23. (2019, 7 de març). Mediapro pagará 9 millones de euros por las retransmisiones del fútbol femenino hasta 2022. *Palco 23*. Consultat el 6 de maig del 2019, des de:  
<https://www.palco23.com/competiciones/mediapro-pagara-9-millones-de-euros-por-las-retransmisiones-del-futbol-femenino-hasta-2022.html>
- Palmarés de fútbol. (n.d.). Consultat el 16 de maig del 2019, des de  
<https://www.realmadrid.com/sobre-el-real-madrid/palmares/futbol>
- Pedraza, J. (2018, 10 de setembre). *España es una potencia (también) en fútbol femenino*. Consultat el 18 de desembre del 2018, des de:  
[https://elpais.com/deportes/2018/09/10/actualidad/1536565151\\_435200.html](https://elpais.com/deportes/2018/09/10/actualidad/1536565151_435200.html)
- Postils, A. (2018). *¿Y nosotras? ¿Podemos jugar?* Consultat el 3 de desembre del 2018, des de:  
<https://masquefootball.com/historia-futbol-femenino/>

- Pr noticies. (2018, 21 de desembre). 'Marca', el diario más leído en España en 2018. *Pr noticias*. Consultat el 14 d'abril del 2019, des de:  
<https://prnoticias.com/prensa/prensa-pr/20171298-marca-diario-mas-leido-espana-2018>
  
- Pujadas, X. (2013). *De espectadoras a protagonistas. Las mujeres y el deporte en la IIª República española (1931-1936)*. Consultat el 25 de novembre del 2018, des de:  
<https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/11570>
  
- Pujadas, X.; Garay, B.; Gimeno, F.; Llopis, R.; Ramírez, G.; Parrilla, J.M. (2012). *Mujeres y deporte durante el franquismo (1939-1975). Estudio piloto sobre la memoria oral de las deportistas*. Universidad Pablo Olavide, (10), 3-4. Consultat el 28 de novembre del 2018, des de:  
[https://www.upo.es/revistas/index.php/materiales\\_historia\\_deporte/article/view/533/683](https://www.upo.es/revistas/index.php/materiales_historia_deporte/article/view/533/683)
  
- Qué. (2018, 25 de gener). ENTREVISTA | Eli del Estal, la sonrisa del fútbol femenino espanyol. *QUÉ*. Consultat el 27 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.que.es/deportes/201801251358-entrevista-estal-sonrisa-futbol-femenino.html>
  
- Rayo, J. (2018, 8 de març). La brecha salarial del fútbol: 20 millones para al campeón de la Liga y 1.350 euros para las campeonas de la Liga Iberdrola. *Cuatro*. Consultat el 28 d'abril del 2019, des de:  
[https://www.cuatro.com/weah/salarial-millones-Liga-campeonas-iberdrola\\_0\\_2527350176.html](https://www.cuatro.com/weah/salarial-millones-Liga-campeonas-iberdrola_0_2527350176.html)
  
- Real Federación Española de Fútbol. (2019, 12 de maig). *AUDIENCIAS | 1,6 millones de espectadores (14,8% share) siguieron la final de la Copa de la Reina*. Consultat el 19 de maig del 2019, des de:  
<https://www.rfef.es/noticias/audiencias-16-millones-espectadores-148-share-siguieron-final-copa-reina>

- Redacción Depor. (2019). *La receta de Pep: "Cuando Guardiola fichaba un jugador de 100 millones, el jeque subía el gas"*. Consultat el 21 de maig del 2019, des de: <https://depor.com/futbol-internacional/espana/fichajes-2019-europa-pep-guardiola-fichaba-jugador-100-millones-jeque-subia-gas-nndc-108247>
- Redacción Marca. (2018, 29 de desembre). Los clubes de Primera se repartieron 1.325,8 millones en derechos de televisión. *Marca*. Consultat el 7 de maig del 2019, des de: <https://www.marca.com/futbol/primera-division/2018/12/29/5c27d86546163f11b18b45e8.html>
- Republica. (2015, 26 de mayo). TVE emitirá el Mundial femenino de fútbol a partir de la próxima semana. *Republica*. Consultat el 6 d'abril del 2019, des de <https://www.republica.com/2015/05/26/tve-emitira-el-mundial-femenino-de-futbol-a-partir-de-la-proxima-semana/>
- Rivero, A. *Edad contemporánea: deporte y sociedad durante el franquismo, su organización y desarrollo en las diferentes etapas de la dictadura*. Consultat el 25 de novembre del 2018, des de: [http://museodeljuego.org/wp-content/uploads/contenidos\\_0000000289\\_docu1.pdf](http://museodeljuego.org/wp-content/uploads/contenidos_0000000289_docu1.pdf)
- Rojas, J.L. (2010). La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista. *Vivat Acadèmia*, (113), 125-133. Consultat el 16 de desembre del 2018, des de: <http://dx.doi.org/10.15178/va.2010.113.122-136>
- Roldán, I. (2017, 8 de setembre). Florentino insiste en que el Real Madrid tendrá equipo femenino. *AS*. Consultat el 16 de maig del 2019, des de: [https://as.com/futbol/2017/09/08/mas\\_futbol/1504889641\\_486345.html](https://as.com/futbol/2017/09/08/mas_futbol/1504889641_486345.html)
- Romero, S. (2008). Influencia del patrocinio y de los medios de comunicación en la discriminación del deporte de elite femenino. *Tándem*, 28, 39-53. Consultat el 4 de maig del 2019, des de: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/32808/influencia%20del%20patrocinio0001.pdf?sequence=1>



- Ruipérez, C. (2018, 11 d'octubre). La sección femenina de fútbol es la única rentable del Barça. *La Vanguardia*. Consultat el 8 de maig del 2019, des de:  
<https://www.lavanguardia.com/deportes/futbol/20181011/452294844967/barcelona-femenino-beneficios-patrocinador-stanley.html>
- Ruiz, M. (2018, 13 de desembre). Aitana Bonmatí: "En el fútbol femenino, la cosa promete". *Vavel*. Consultat el 25 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.vavel.com/es/futbol/2018/12/12/fc-barcelona/959708-entrevista-aitana-bonmati-en-el-futbol-femenino-la-cosa-promete.html>
- Ruiz, R. (2015, 9 de març). Primer partido de fútbol femenino español 1970. *Periódico Distrito Villaverde*. Consultat el 29 de novembre del 2018, des de:  
<https://www.districtovillaverde.com/primer-partido-de-futbol-femenino-espanol-1970/>
- Saffer, P. (1984, 16 de gener). 1984: El primer éxito de las suecas. *UEFA*. Consultat el 10 de desembre del 2018, des de:  
<https://es.uefa.com/womenseuro/season=1984/overview/index.html#1984+el+primer+exito+suecas>
- Sainz, C. (2014). El género de los protagonistas en la información deportiva (1979-2010): noticias y titulares. *Revistas científicas complutenses*, 20 (2), 1228-1230. Consultat el 14 de desembre del 2018, des de:  
[http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2014.v20.n2.47062](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47062)
- Selección femenina de fútbol de España. (n.d.) Consultat el 20 de maig del 2019, des de:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Selecci%C3%B3n\\_femenina\\_de\\_f%C3%BAtbol\\_de\\_Espa%C3%B1a#Hist%C3%B3rico\\_2018\\_de\\_las\\_selecciones\\_juveniles](https://es.wikipedia.org/wiki/Selecci%C3%B3n_femenina_de_f%C3%BAtbol_de_Espa%C3%B1a#Hist%C3%B3rico_2018_de_las_selecciones_juveniles)
- Sexismo en las noticias deportivas: la discriminación nunca acaba. (n.d.) Consultat el 17 de desembre del 2018, des de:  
<http://www.comunicacionygenero.com/sexismo-las-noticias-deportivas-la-discriminacion-nunca-acaba/>

- Silvan, M. (2018, 31 de gener). "Todas las jugadoras deberían cobrar lo que merecen". *Panenka*. Consultat el 29 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.panenka.org/miradas/todas-las-jugadoras-deberian-cobrar-lo-merecen/>
- Sport.es (2018, 29 de novembre). Miró, nuevo sponsor del equipo femenino del Espanyol. *Sport*. Consultat el 9 de maig del 2019, des de  
<https://www.sport.es/es/noticias/futbol-femenino/miro-nuevo-sponsor-del-equipo-femenino-del-espanyol-7173543>
- Stanley. (2018, 27 de juliol). *STANLEY Becomes the First Main Jersey Partner of FC Barcelona Women's Team*. Consultat el 8 de maig del 2019, des de  
<https://www.stanleyblackanddecker.com/article/stanley-becomes-first-main-jersey-partner-fc-barcelona-womens-team>
- Telecinco.es. (2019, 9 de maig). Lola Gallardo visita el plató de 'SV' antes de disputar la 'Copa de la Reina': "Para nosotras es muy importante que una cadena como Telecinco nos televisa". *Telecinco*. Consultat el 18 de maig del 2019, des de:  
[https://www.telecinco.es/supervivientes/futbol-femenino-copa-reina-lola-gallardo-mariasun-quinones\\_18\\_2751795241.html](https://www.telecinco.es/supervivientes/futbol-femenino-copa-reina-lola-gallardo-mariasun-quinones_18_2751795241.html)
- Torreadella, X. (2016) Fútbol en femenino. Notas para la construcción de una historia social del deporte femenino en España, 1900-1936. *Revistas científicas complutenses*, 7 (1), 318. Consultat des de:  
<http://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/52710/48459>
- Tristán, C. (2019, 21 de març). Récord de aspirantes para organizar el Mundial femenino. *ABC*. Consultat el 6 d'abril del 2019, des de:  
[https://www.abc.es/deportes/futbol/abci-futbol-record-aspirantes-para-organizar-mundial-femenino-201903210131\\_noticia.html](https://www.abc.es/deportes/futbol/abci-futbol-record-aspirantes-para-organizar-mundial-femenino-201903210131_noticia.html)
- UEFA - década de los 90 y el nuevo milenio. *UEFA*. Consultat l'11 de desembre del 2018, des de:  
<https://es.uefa.com/insideuefa/about-uefa/history/1990s-and-new-millennium.html>

- UEFA Women's Competition. (2013, agost). *UEFA*. Consultat el 10 de desembre del 2018, des de:  
[https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Women/General/01/99/05/49/1990549\\_DOWNLOAD.pdf](https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Women/General/01/99/05/49/1990549_DOWNLOAD.pdf)
  
- Ugalde, I. (2019, 19 d'abril). Marta Unzué: "Me queda un año como cedida en el Athletic". *Mundo Deportivo*. Consultat el 29 d'abril del 2019, des de:  
<https://www.mundodeportivo.com/futbol/athletic-bilbao/20190419/461724718016/marta-unzue-athletic-femenino-barca-cesion-liga.html>
  
- Una camiseta dorada y verde llena de historia. (2015, 24 de setembre). *FIFA World Football Museum*. Consultat l'11 de desembre del 2018, des de:  
<http://es.fifamuseum.com/stories/blog/una-camiseta-dorada-y-verde-llena-de-historia-500483/>
  
- Unión Deportiva Granadilla Tenerife Sur. (n.d.) Consultat el 10 de maig del 2019, des de:  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Unión\\_Deportiva\\_Granadilla\\_Tenerife\\_Sur#Proveedores\\_y\\_patrocinadores](https://es.wikipedia.org/wiki/Unión_Deportiva_Granadilla_Tenerife_Sur#Proveedores_y_patrocinadores)
  
- Villarrubia, B. (2019, 26 d'abril). Revolución en el Espanyol Femenino. *Mundo Deportivo*. Consultat el 9 de maig del 2019, des de:  
<https://www.mundodeportivo.com/futbol/femenino/20190424/461838518100/revolucion-en-el-espanyol-femenino.html>
  
- Weeks, J. (2015). *De cómo la Federación inglesa prohibió el fútbol femenino*. Consultat el 24 de novembre del 2018, des de:  
<https://sports.vice.com/es/article/jpwee3/como-federacion-inglesa-prohibio-futbol-femenino-dick-kerr-ladies-inglaterra-preston>
  
- Zas, R. (2017, 29 de desembre). Amanda sampedro o cómo la constancia es la clave para triunfar en el deporte. *I-D*. Consultat el 29 d'abril del 2019, des de:  
<https://i-d.vice.com/es/article/gvwwqx/amanda-sampedro-nike-u25-race>

# ANNEXOS

## 1. ENTREVISTA A PERIODISTES

### 1.1. *Mundo Deportivo*

Les entrevistes als periodistes del *Mundo Deportivo* són, per una banda, amb Javier Gascón, redactor del diari des de fa quasi 30 anys, i Sergi Solé, redactor des de fa 20 anys. Aquesta entrevista es va realitzar de forma conjunta a la seu del diari, situada a l'Avinguda Diagonal de Barcelona. Per altra banda, també es va fer una entrevista amb Begoña Villarrubia, encarregada de la secció del futbol femení al *Mundo Deportivo*. L'entrevista es va realitzar via e-mail a causa de la incompatibilitat dels horaris.

#### Javier Gascón i Sergi Solé

**Helena:** Quina és la situació del futbol femení a Espanya?

**Javier Gascón:** Està en auge, clarament. Ho sabem perquè l'hem conegut quan no es donava la informació, ja que tampoc se sabia gaire ni es promocionava molt. En els últims anys ha canviat la situació. Sempre es pot fer més, naturalment, segur que a les jugadores els agradaria tenir més protagonisme, però comparat amb fa uns anys, ara tenen bastant visibilitat.

**Sergi Solé:** Jo recordo els anys de la Marigol. Cap al 2004 el Barça va fitxar una jugadora mexicana i se li va donar una mica de ressò, però després va tornar a decaure. Arran que el Barça va començar a aspirar a la Lliga, nosaltres, com que fem informació del Barça, li vam donar més força. Però sobretot ha estat arran dels bons resultats, que els ha permès tenir més visibilitat. Sí que és veritat que abans, durant la setmana es perdia de vista el futbol femení però els caps de setmana intentàvem donar cobertura als partits, fèiem la fitxa tècnica, la prèvia... I des de fa uns 4 o 5 anys, des que donen tots els partits en directe per la televisió, nosaltres fem directes també dels partits amb el minut a minut, com si fos un partit de futbol sala o del Barça B, als quals els hi fem la mateixa cobertura. Des de fa uns 3 anys també tenim cada divendres la pàgina setmanal on es parla de tot el futbol femení en general, i els dilluns

es fa una pàgina amb totes les fitxes tècniques de la Lliga, que això només ho feia el Marca, i nosaltres els hi vam anar al darrere. Cada cop li donem més importància i també els dediquem alguna portada. A la Champions també li dediquem una pàgina o, fins i tot, dos.

També ajuda que els mitjans oficials del Barça contínuament estan donant informació. A diferència del primer equip o del Barça B, quan nosaltres demanem una foto d'alguna exjugadora d'algun equip amb qui s'enfrontaran, normalment la tenim l'endemà. Potser el tema de les entrevistes és una mica més complicat, però amb fotos no hi ha cap problema. A ells els interessa també que els hi donem visibilitat. Hi ha d'haver una simbiosi.

**J:** Nosaltres som conscients també que el futbol femení cada cop té més seguiment i la gent ho vol veure, i saber què ha passat o veure algun reportatge elaborat sobre alguna jugadora.

**S:** A més, el Barça també ha fitxat a jugadores mediàtiques com són la Lieke Martens, que són jugadores que passen molt de temps a l'Instagram i tot això ajuda a fer que vagi a més. Jo crec que hi ha més interès pel futbol femení que pel futbol sala o el Barça B, per tant, estem responent a aquesta demanda.

**H: A partir de quin any comença el creixement de la demanda informativa?**

**S:** Jo diria que des que el Barça comença a guanyar lligues, al voltant del 2011. Van guanyar la Copa un any i a l'any següent ja van guanyar 4 lligues d'una tirada. El que passa és que des que donen els partits per Gol TV, que cada setmana fan 2 o 3, i pel Beinsports, que en fan un, i en els dos o tres últims anys, malgrat que el Barça no va guanyar la lliga, ha aconseguit arribar a la Champions i això ha contribuït a fer que hi hagi un boom.

**H: També coincideix amb el patrocini d'Iberdrola, no?**

**J:** Abans d'Iberdrola, jo diria. Recordo parlar amb el Xavi Llorens sobre que va aconseguir pujar l'equip de categoria i no recordo que fóssim conscient que s'estava vivint una cosa gran que estaven aconseguint. És l'any anterior a guanyar la primera lliga quan comencem a fer cas realment. A partir d'aquí comencem a tenir més relació amb les jugadores. Hi va haver una temporada que el club no deixava que les

jugadores parlessin amb els mitjans i es van adonar que era un error perquè era com tirar-se pedres sobre el propi sostre, i això ha canviat en els últims anys.

**H: Mediàticament, quin mitjà creieu que està donant més ajuda al creixement del futbol femení? Les televisions amb les retransmissions, els mitjans escrits, les ràdios...?**

**S:** Jo crec que les ràdios parlen més quan hi ha un partit important com el Barça-Atlético de Madrid o Champions, però la resta de la setmana no se sent res.

**J:** Fins i tot en els caps de setmana, en un partit normal, tampoc, a vegades diuen el resultat ràpid i prou.

**S:** Sí que és cert que el dia del Barça-Atlético, que no hi havia jornada de Lliga masculina, aquell cap de setmana en Rac1 i Catalunya ràdio donaven la notícia i connectaven amb el partit, però poc més.

**J:** En ràdio segurament abans d'un gran partit de Champions portaran alguna jugadora i és agraït, perquè sembla que en aquell moment estàs apostant molt però potser la resta de la setmana no se li fa cas.

**S:** En el dia a dia, la televisió té els partits però, a part d'això, jo tampoc veig coses al llarg de la setmana en Gol TV o algun d'aquests canals, que podria tenir una quota definida ja, però no fan res. Barça TV sí, però en ells és normal.

**J:** En televisió només surt la polèmica. Si hi ha alguna cosa que pugui ser de polèmica...

**S:** I nosaltres crec que anem fent el seguiment dins de la Lliga, però costa perquè tampoc hi ha tant d'espai i ens costa ficar-ho tot pràcticament, però intentem que sempre hi surti alguna cosa, i en la web sempre hi surten notícies. Ara ja no tenim 64 pàgines com abans, tenim 40, perquè tothom ha retallat pàgines. Llavors en paper tenim menys marge de maniobra.

**H:** El Barça us va demanar una mica d'ajuda a l'hora de promocionar més el futbol femení. Podríeu explicar una mica com va ser aquesta petició i, arran d'aquesta, com heu canviat la vostra forma d'actuar?

**J:** Ens van demanar sobretot que fóssim una mica més sensibles. En deien "estem iniciant un projecte maco", sobretot al principi, i arran d'això... però vaja, que ja ho fèiem abans.

**S:** La col·laboració del club amb nosaltres és molt bona i sempre hi ha predisposició a l'hora de fer fotos. Si cada setmana demanéssim una entrevista a la Lieke Martens, no ens farien cas... però sí que hi ha bona predisposició. Hi va haver un any o dos que les volien protegir molt i després es van adonar que necessitaven acostumar per tal que anessin gent a veure-les, ja que anaven 200 persones a la Ciutat Esportiva.

**J:** Encara que no ens ho demanin, nosaltres som conscients que hem de donar un cop de mà a l'hora de recordar, per exemple, que les entrades són gratis. Ara es fan alguns partits al Mini Estadi i hi van 2.000 persones, que no està gens malament, però no aniria malament que fossin més. Llavors, no va malament recordar les facilitats de l'entrada en un breu en la web.

**S:** A més tenen espònsor aquest any (Stanley). Per tant, també els interessa que l'espònsor aparegui. La Begoña [Villarrubia] va fer un reportatge per la revista Vogue, i el club va demanar que una de les fotos fos amb roba Barça, perquè tenia espònsor, i paguen 3 milions d'euros. Llavors era una publicació que es venia fora d'Espanya i això donava una mica de publicitat. També la gira d'aquest any va estar bastant bé, però *La Vanguardia* va fer la polèmica de si el femení anava en *business* o no...

**J:** Jo crec que en això nosaltres no hem entrat i ho fem amb certa decència perquè és fàcil agafar-te a petites polèmiques que sorgeixen. Intentem centrar-nos en la part esportiva, seria fàcil caure en el morbo però intentem que no.

**S:** I *La Vanguardia*, uns mesos després, va obrir amb una notícia sobre "el futbol femení, l'única secció del club que no és deficitària" i van intentar arreglar la cagada que havien fet uns mesos enrere.

**H: Sobre la Copa de la Reina, vosaltres vau ser l'únic diari dels que tenen més tirada a Espanya que va posar la notícia com a portada, així que gràcies per aquesta visibilització. A partir d'això, creieu que sou el diari que més segueix el futbol femení?**

**S:** *Marca* fa molt de seguiment. En el Mundial Sub-17 o Sub-20, el futbol femení va ser portada gran. Nosaltres al Mundial Sub-17 no li vam donar una portada gegant perquè *Marca* li dona una visió més general i nosaltres tirem més pel Barça. Ara li hem donat un premi a la selecció Sub-17. Va anar la seleccionadora a la gala del diari dels premis de l'any i li van donar a la Claudia Pina i a la seleccionadora. I l'any passat se li va donar un trofeu de jugadora revelació a Lieke Martens. En les dues últimes gales dels premis a l'esport del diari, li ha caigut algun al futbol femení. Dels 13-14 premis que hi ha, com a mínim un va pel femení.

**J:** Potser el *Marca*, per tal de vendre més la “marca Espanya” doncs fa més seguiments dels grans campionats de seleccions i els hi dona més ressò, però bé, nosaltres ho intentem també. És cert que també hi ha oportunistes que fan una portada un dia i sembla que sigui una gran aposta i potser aquell dia tu li has donat una portada una mica més petita i sembla que no li has donat el ressò que mereixia... però li has donat un seguiment diari més gran que els altres. Però bé, al final la decisió d'una portada també depèn de si hi ha alguna notícia que sigui més noticiable, com pot ser un fitxatge o alguna cosa important que surt.

**S:** Un dia d'aquests faran la foto oficial del primer equip, el masculí i el femení, primer per separat i després junts. L'any passat vam posar la foto en una pàgina sencera, així que qui s'ho volgués posar com a pòster fins i tot, ho podia fer. I en canvi, de futbol sala no ho fem, ni tampoc del Barça B ni de bàsquet. En aquest sentit hi ha sensibilitat.

**H: Els diferents diaris esportius teniu alguna mena d'acord comú per anar tots a una amb el suport al futbol femení o cadascú va per la seva banda?**

**S:** No, cadascú fa la seva feina. Hi havia el patrocini d'Iberdrola per pagar la pàgina on apareixia el futbol femení, però ara ja no paguen. Però tot i no pagar, nosaltres seguim fent la pàgina.



**J:** També demanàvem que poséssim Iberdrola en els subtítols o en alguna part perquè es veiés, ja que és un patrocinador que s'està gastant uns diners... però ara ja no ho demanen, tot i que ho seguim fent.

**S:** Nosaltres, a part del que li donem de l'espai Barça, com tenim les edicions de l'Atlético, de la Real Sociedad o de l'Athletic de Bilbao en el web, si visites la secció de futbol femení, et surten notícies a piles, ja que de l'Atlètic en posem moltes, també de la Real i de Bilbao.

**H:** Una de les parts més crítiques amb el periodisme i amb el món en general són les xarxes socials, com Twitter per exemple. Vosaltres heu sentit la pressió social per escriure més notícies sobre el futbol femení?

**S:** Però és que com que li donem molta bola, no ens ho demanen tant. Potser per les portades, perquè voldrien que fossin més sobre el futbol femení, però no ens diuen massa. Tampoc rebem gaires crítiques per Twitter perquè ja et dic, crec que donem més notícies que del Barça B o del futbol sala.

**J:** Jo de vegades llegeixo algun comentari dels que hi ha a les cròniques que faig [dels partits de futbem] i potser demanen que el següent pas sigui posar-les en portada, però bé, tampoc es pot fer feliç sempre a tothom.

**H:** Llavors no heu tingut mai una crítica massiva per alguna notícia que hàgiu escrit, no?

**J:** Que jo recordi no. No entrem en detalls que poden ser morbosos.

**S:** Amb les jugadores aquí mai s'ha fet res.

**J:** A escala de la web hi ha una part que se'ns escapa, que és la secció viral. Tampoc ho hem d'entendre com que aquella part és el que defineix el *Mundo Deportivo*, però potser et diem això i ara mateix algú de la redacció està escrivint alguna notícia d'aquest estil.

**S:** De vegades hi ha coses que venen d'alguna agència, que són coses així més virals. Per exemple, "Calendario de las jugadoras de volleyball", o també de nois. Sí que és veritat que hi ha molt més contingut amb noies que amb nois, però aquest contingut ha anat cada vegada a menys. Abans el *Marca* i l'*AS*, i nosaltres també, quèiem en aquest joc però en els últims anys es fa cada vegada menys. Amb jugadores d'Espanya no recordo cap polèmica així gran. Per exemple, la Mapi León va donar una entrevista a *El Mundo* fa uns mesos dient que era lesbiana. Nosaltres això no ho vam tocar. Això és una decisió d'ella, perquè és ella qui ho diu, però la intimitat és privada de cadascú. Ella va sortir a dir-ho, i nosaltres no vam entrar en aquest joc, tot i que va ser ella qui va donar aquesta entrevista. Però igual que algun dia agafes declaracions d'un altre mitjà encara que no sigui del nostre, en aquest tema no hi vam entrar, ni tan sols per la web, perquè me'n recordo que aquell dia estava jo a la redacció. Això seria caure en el morbo.

**J:** Sí que he vist, al contrari, gent molt agraïda quan el futbol femení ha sortit en portada o alguna cosa similar. La gent t'ho agraeix, per tant, he vist més elogis quan es fa que crítiques quan no es fa, perquè la gent entén que és difícil, perquè si aquell dia tens una entrevista amb Coutinho, encara que el Barça femení faci alguna cosa important, primarà allò altre.

**S:** Si el Barça femení es classifica per semis de Champions al març, doncs segurament anirà grandet en portada. Si coincideix en cap de setmana i Barça guanya i hi ha alguna cosa de Messi, o bé Nadal guanya algun torneig... doncs són coses que són difícils de controlar. Per exemple, en waterpolo femení el Sabadell guanyen títols europeus cada dos per tres i no surt en portada gran, perquè són esports més minoritaris. També quan hi ha waterpolo masculí i guanya algun títol europeu, tampoc va en portada, és a dir, no és una distinció que es faci per sexes.

**H:** I ja mirant de cara al futur, quin futur creieu que li espera al futbol femení en l'àmbit mediàtic?

**S:** Anirà a més, jo crec que sí.

**J:** Sempre és un tòpic però no aniria malament que el Real Madrid fes un equip de futbol. Això seria el més fàcil i potser les televisions que dèiem abans que no parlaven suficient del futbol femení, si hi hagués un Madrid en disputa doncs segur que aniria a més. Però vaja, tampoc fa falta el Madrid. Amb el nivell que està agafant la Lliga...

**S:** També jugaran el mundial a l'estiu. Aquestes nenes que han guanyat el Mundial Sub-17, són subcampiones del Mundial Sub-20... això en teoria ha d'anar cap a més. Però clar, els clubs han de posar més pasta, que no sigui el Barça solament qui posi diners. L'Atlético de Madrid hi posa, té molt de mèrit perquè ha guanyat les dues últimes lligues. Podrien jugar en camps grans també, com l'Atlético - Barça que es jugarà en el Wanda Metropolitano... si el Barça jugués en el Camp Nou, seria un pas important també, no et dic cada setmana, però algun dia podrien fer-ho.

**J:** A mi m'agrada el futbol i cada cop t'ho creus més. No dic que fa 5 anys no m'ho creiés, però sí que veus una evolució tècnica, física... Ara veus els partits i ja no desmereix cap en qüestions estètiques de futbol. Llavors jo crec que totes van millorant i aquest any la lliga hi ha vegades que els equips com Sporting Huelva li planta cara al Barça, a l'Atlético també... Hi ha jugadores en tots els equips que et sorprenen positivament, i això fa que si puja el nivell, també pugi l'atenció i tot el món s'adonarà que és maco veure-ho.

#### **H: Què li falta per seguir creixent llavors?**

**S:** Doncs que juguin en algun camp gran amb més gent. Al final tothom s'omple la boca però en Champions quanta gent hi va al Mini Estadi? 5.000 persones? I tot són entrades regalades. Jo crec que és el primer pas perquè si fas pagar, al final no hi anirà ningú. Per exemple, fer un partit en el Camp Nou i que regalessin entrades a col·legis de tota Catalunya. Aquesta seria una manera de donar-li més protagonisme, i m'imagino que serà el que farà també l'Atlético de Madrid contra el Barça, no crec que els facin pagar-les. El que has de fer és regalar-les perquè cada cop hi hagi més. Si el Barça es cola a semi finals de Champions i, en el Mundial, Espanya juga allà també...

**J:** Exacte, si el que han fet les seleccions inferiors ho fessin amb la selecció absoluta, això seria una empenta molt gran, i ho poden aconseguir.

**S:** I les inversions dels clubs. Al final, que puguin venir aquí la Lieke Martens i alguna d'aquestes jugadores internacionals... s'està fixant gent que està guanyant fora i està venint cap aquí. Llavors clar, si el Madrid o alguns vinguessin aquí a posar diners, doncs clar, el nivell puja, estàs també a rondes més llunyanes de Champions... i clar, s'ha de posar diners, com el Barça, que ha posat 3 milions d'euros.

**J:** També s'hauria de professionalitzar més. Que hi hagi firmes que apostin més per esponsoritzar equips, a part que és un bon moment perquè ara s'estan televisant els partits. És qüestió que les firmes apostin.

**S:** I que apostin per l'esport femení en general. En bàsquet guanyen medalles d'or i són terceres en el Mundial, la Carolina Marín en bàdminton o les de Waterpolo també guanyen cada dos per tres, l'handbol... La marca Iberdrola patrocina moltes lligues. Cada cop hi ha més empreses al darrere que estan potenciant això. Però jo crec que el Barça està apostant bé, i ara la qüestió està en el fet que guanyin, ja que aquest any són professionals per tercer any i han de guanyar la Lliga.

**H: Creieu que el futbol femení arribarà en algun moment a estar equiparat al futbol masculí?**

**S,J:** No.

**J:** Jo crec que no, però amb créixer més del que ho estan fent... El sostre no sé quin seria, aquí a Espanya portem molts anys de retràs respecte a altres països com els nòrdics.

**S:** Els Estats Units, el futbol femení està consolidat des de fa molts anys. Han guanyat mundials i està molt arrelat allà. Jo crec que tot passarà una mica perquè pugui pujar a escala de selecció i que els equips espanyols més forts comencin a tenir visibilitat a Europa. També que la lliga domèstica sigui més potent, que els partits del diumenge no sigui tot Barça i Atlètic i la resta tinguin resultats com 5-0, 8-0... hi ha partits de lliga que són molt interessants.

**J:** No crec que s'hagin de conformar amb arribar fins a un nivell quan es pot arribar fins al següent, però s'ha de saber veure les passes que van aconseguint, les petites metes que es van aconseguint.

**S:** Aquí l'objectiu és apropar-se a França i Alemanya, ja que a Alemanya per exemple, hi van 20.000 persones per partit. Però guanyen mundials, Eurocopes i les Champions cada any. Estan molt consolidats perquè inverteixen també molts diners.

**H:** **Creieu també que pot passar per una renovació generacional? Com que sembla que la generació actual i les que venen tenen més consciència social, podria ajudar a fer que es revalorés més el futbol femení?**

**J:** Si aquesta sensibilitat no és de cara a la galeria i de veritat la senten, llavors sí que es notarà. Nosaltres som de la vella escola però ja fa anys que li fem cas al futbol femení. També és veritat que és perquè tenim al Barça, i comencem a fer seguiment en el moment que comença a guanyar, perquè fins que no comencen a guanyar... però quan comencen a guanyar, entre això i la selecció espanyola... Per això et deia el tema del Reial Madrid abans. Si el Barça no existís, doncs potser li dedicariem molt menys. La pàgina dels divendres se seguiria donant, però la informació diària no seria tanta.

**J:** Això és com el bàsquet o l'handbol. En l'handbol ara és una lliga d'un, perquè juga el Barça i guanya tots els partits. Abans estava l'Atlètic de Madrid, el Ciudad Real... i el Madrid de bàsquet, que va haver-hi uns anys que no guanyava res i les audiències de televisió de bàsquet van baixar. No era el mateix un Barça-Baskònia que quan hi havia un Barça-Madrid... Les audiències baixaven. Per això diem, que si el Madrid s'hi fiqués... El tema és ficar-li pressió a Madrid en el tema de la igualtat.

**S:** Sí que és cert que és esperançador les imatges de les jugadores del Barça signant samarretes dels nens i nenes que van a veure-les i que s'emocionen veient a l'Alexia o coses així... Sí que sembla que hi ha gent que té ganes de veure-ho i de viure-ho.

**H: Per acabar, si haguéssiu de fer autocrítica en algun aspecte, quin seria? Creieu que heu fet tot el possible fins ara?**

**J:** No, sempre es pot fer més. Sempre pots organitzar-te d'alguna forma en què cada setmana tinguis alguna cosa, com entrevistes setmanals, però com saps que l'espai és reduït, dius "per què em liaré si al final faré una entrevista molt bona i acabarà col·locada en una columna?". Sempre es pot fer més.

**S:** A la web hi ha espai. El problema és que, per exemple, abans hi havia 14 persones per fer Barça només en paper. Ara som 10 persones per fer paper i web. Això no et permet tenir un periodista alliberat un matí per anar a la Ciutat Esportiva i pugui estar 4 hores allà a l'entrenament i que faci alguna entrevista. Tots anem una mica més justos.

**J:** Sempre es pot fer autocrítica i sempre es pot fer més.

### **Begoña Villarrubia**

**Helena: En quina situació es troba el futbol femení a Espanya?**

**Begoña:** Es troba en una situació de creixement constant i imparable. Els clubs comencen a fer professionals les seves seccions després de la iniciativa de Barça i Atlético, que ha estat secundada per altres clubs com Athletic Bilbao, Llevant o València. Les televisions s'interessen cada cop més -es transmeten entre 3 i 4 partits de la Lliga Iberdrola setmanals-, l'afluència de públic creix en gran part perquè els estadis de Primera masculina obren les seves portes -com el Wanda, Mestalla o San Mamés- i els patrocinadors inverteixen cada cop més. A més, Espanya s'ha consolidat com una potència en categories inferiors, havent-se proclamat campiona del món Sub-17 i subcampiona Sub-20 l'any 2018. No obstant això, encara hi ha molts temes pendents: la Lliga Femenina i la majoria de clubs són deficitaris i s'ha d'acabar de concretar un Conveni Col·lectiu que reguli el futbol femení.

**H: Tu ets l'encarregada de portar el futbol femení. Com ha evolucionat des que vas agafar aquest càrrec fins a l'actualitat?**

**B:** L'evolució ha estat impressionant. El futbol femení és l'esport que més ha crescut en l'última dècada en nombre de llicències i repercussió mediàtica. Pel que fa al *Mundo Deportivo*, hem passat de donar un petit breu amb el resultat del Barça femení a tenir dues pàgines setmanals per a cròniques i reportatges i una secció fixa a la web que s'actualitza cada dia. L'interès del lector és cada cop més alta.

**H: El *Mundo Deportivo* és un dels mitjans escrits que més repercussió té del futbol femení (ex: va ser l'únic mitjà dels 4 amb més tirada a Espanya que va posar l'última final de la Copa de la Reina en portada). Però si el Barça no tingués equip, el futbol femení perdria importància per vosaltres?**

**B:** Sí, tindria sens dubte menys espai perquè *Mundo Deportivo* es defineix com a diari d'informació barcelonista i la informació que dedica al Barça i a les seves seccions (handbol, basquet, futbol sala i hoquei patins) és prioritària. Parlaríem de futbol femení, per descomptat, però amb menys rellevància. D'igual manera, crec que si hi hagués un Real Madrid femení, tindria més repercussió a *Marca* i *AS*.

**H: Si tinguéssiu més mitjans econòmics, canviaria alguna cosa de la cobertura que doneu avui dia al futbol femení (li dedicaríeu més espais/notícies) o ja feu tot el que es pot pel futbol femení?**

**B:** Es pot fer moltíssim més, però no és una qüestió de recursos sinó d'aposta ferma de la direcció del diari pel futbol femení. De moment, el que interessa -el que dona diners- són els clics a Internet i els lectors al paper, i el futbol masculí, ara per ara, dona molts més clics. La nostra tasca és intentar que el lector s'interessi cada cop més en aquest esport i que arribi a ser rendible parlar de futbol femení -ja saps, com més clics i diaris venuts, més publicitat i, per tant, més ingressos-.

**H: Quin és el sostre al qual pot aspirar el futbol femení?**

**B:** No hi ha sostre, però crec que l'objectiu és assolir els mateixos recursos, salaris, visibilitat mediàtica i patrocinadors que el futbol masculí. Arribar a la igualtat total i real.

**H: Quin futur preveus pel futbol femení?**

**B:** Crec que el Mundial de França d'aquest estiu marcarà un punt d'inflexió i el futbol femení es donarà a conèixer en tot el món. Hi haurà un abans i un després. I a llarg termini, crec que hi haurà l'anelhada igualtat total.

**H: Quines seran les claus perquè segueixi augmentant l'atenció mediàtica?**

**B:** La clau principal és que els diaris, les televisions i les ràdios facin l'esforç de dedicar cada cop més espai i minuts al futbol femení, per tal que els lectors es familiaritzin amb aquest esport i es generi cada cop més expectació. Si els seguidors s'acostumen a consumir futbol femení, al final el demanaran.

**H: Per últim, si haguéssiu de fer autocrítica, en què creus que podríeu millorar?**

**B:** Crec que al *Mundo Deportivo* i a la resta de diaris s'hauria de donar, com a mínim, una pàgina diària d'informació de futbol femení. A més, anar a tots els partits i no només als més importants, fer directes de partits i rodes de premsa, que la secció de web tingui cada dia 4-5 notícies d'actualitat i fer més promocions com en el futbol masculí.

## **1.2. Sport**

Miki Soria va ser l'encarregat d'atendre l'entrevista per al diari *Sport*. Treballa al diari des del 2006 i actualment és el cap de l'àrea digital del diari, a més de portar la secció del futbol femení. La reunió la vam celebrar a un bar de Sant Feliu de Llobregat, població que quedava a mig camí de tots dos.

### **Miki Soria**

**Helena: En quina situació es troba el futbol femení a Espanya?**

**Miki:** Es troba en una situació molt millor que la de fa 5 o 10 anys. Mediàticament, en la professionalització de la Lliga, de preparació de les jugadores, l'atenció de l'aficionat... està molt millor que fa anys. S'ha aconseguit que en un país que era molt de futbol, les noies que òbviament estan dins del fenomen del futbol espanyol, doncs també puguin tenir el seu espai, que puguin jugar però que la gent també les presti



atenció. Això fa anys era impensable, fa 15-20 anys, quan hi havia la Marigol o la Ronaldinya. Si es compara amb aquella època, ara se li considera un esport. És un pas en l'evolució de la societat i això ha ajudat al fet que el futbol femení augmenti a l'hora de tenir protagonisme. D'aquí a 5 anys segurament direm el mateix sobre l'actualitat, i això és perquè estem en un creixement imparable perquè Espanya és un país de futbol, perquè les noies cada vegada estan més integrades en la societat i en l'esport i tenen una força mediàtica important. Per tant, la societat s'acostuma. Al final, temes com el masclisme acabaran morint pel seu propi pes perquè la gent es conscienciarà, encara que quedin 4 retrògrads, però cada vegada seran menys.

**H: Parlaves d'aquest canvi mediàtic fa uns 5-10 anys. Què és el que va propiciar aquest augment en el seguiment mediàtic?**

**M:** Sincerament, no ho sé. És cert que el patrocini d'Iberdrola ajuda perquè al final aporten diners al futbol i entre laLiga i Iberdrola, distribueixen diners cada temporada als clubs i això permet no només que tinguin recursos econòmics, sinó també una estructura. Aquesta estructura significa que et donen, m'invento, 200.000 € però t'obliga a tenir un encarregat de màrqueting, un encarregat de les xarxes socials, que les jugadores tinguin un preparador físic, que s'entreni en uns horaris concrets... La creació d'aquesta estructura comporta que, igual que passa amb el masculí, que el futbol femení tingui el seu món. Llavors, Iberdrola i LaLiga han fet una inversió econòmica, però també mediàtica. Potser a partir de què Espanya va participar en el Mundial de 2015? Potser sí. Al final això és una bola que va creixent i a poc a poc s'hi va sumant més gent.

**H: Mediàticament, on creus que es parla més del futbol femení? En les televisions amb res retransmissions dels partits, a les ràdios, als mitjans escrits...?**

**M:** A tot una mica. Al final, a partir del moment en què pots retransmetre per televisió 3 o 4 partits per jornada, doncs vulguis o no, acabaràs enganxant la gent. Potser en aquella hora la gent no té res més a fer i posa BeIN Sports o Gol TV i et quedes mirant un partit i t'acaba enganxant. Això fa 5 anys era impensable perquè no tenien aquesta

cobertura mediàtica. A premsa igual, i a la ràdio també. Però a banda d'això, tu vas al fenomen de les xarxes socials on trobes que les jugadores que són molt més accessibles. Et responen i cada vegada apareixen més i això fa que el públic es bolqui més.

**H: Com valoraries la cobertura que doneu des d'*SPORT* al futbol femení?**

**M:** És molt millor que la de fa anys però encara falta per millorar. Pensa que potser, parlant per Catalunya perquè a la resta de l'Estat no ho sé, però recordo un dia que vam fer de portada la prèvia d'uns quarts de Champions on posàvem "Hoy también juegan ellas", que era la primera portada que s'havia fet a Catalunya del futbol femení. Fa uns 7 o 8 anys, que és quan vaig començar a fer futbol femení, es parlava molt esporàdicament i les cròniques anaven a l'interior de les pàgines de futbol català i ara el que és estrany és que no hi hagi una setmana on se li hagi dedicat unes 5 pàgines de futbol femení al diari.

**H: Quan tu vas començar en el futbol femení, quin tractament tenia en els mitjans?**

**M:** No hi havia gaire cosa. Podíem fer la crònica, un breu de la prèvia i deixa de comptar. Ara podem fer reportatges, entrevistes, seguiments, fitxatges, rumors... Això era impensable fa 5 anys, perquè ningú sabia qui eren les jugadores en qüestió ni hi havia la necessitat d'informar d'aquest partit. Cada vegada anirà a més.

**H: Quantes pàgines acostumeu a donar al futbol femení?**

**M:** Potser a la setmana surten unes 5 o 6 entre prèvies, cròniques, temes que puguem treure d'alguna entrevista... I al web, fa tres anys que vam crear la secció, abans no hi era. A poc a poc. És clar, ho compares amb altres mitjans com *Marca*, que l'aposta és molt més gran per la resta d'esports, no només pel futbol... Doncs encara queda camí per recórrer però vaja, a poc a poc.

**H: Tal com deies, la secció del futbol femení no és a la que més seguiment feu. Per exemple, en la final de la Copa de la Reina 2017/2018, va escriure només 3 notícies envers el partit. Per què es dona aquesta poca informació? En**

**comparació a una final de la Copa del Rei, heu escrit notícies fins i tot del color de les botes de Messi.**

**M:** Són dinàmiques. Ara et diré un tòpic que tampoc és del tot cert, però li dones a la gent el que vol. Òbviament, al final acabes mirant el que li interessa més a la gent i la gent està acostumada a buscar-te a tu perquè li expliquis això, el color de les sabates de Messi, la tàctica de Valverde, etc. Llavors, has d'acabar educant el públic. És lent, costarà més perquè, tal com està el periodisme, tampoc pots destinar una persona perquè faci només temes de futbol femení. La meta final és intentar deixar de fer temes que hem fet fins ara del futbol masculí i passar mica en mica a fer-ne més del futbol femení. Si em preguntes quantes pàgines hem dedicat al futbol femení aquest any, et diré que no ho sé, però hem entrevistat a 5 o 6 jugadores del Barça, i encara queda temporada per endavant. Llavors, això és una cosa que potser tampoc passa a la resta de seccions i que potser està a l'altura del masculí.

**H: Creus que hi ha molta diferència entre l'atenció mediàtica que li doneu al futbol femení i la que voldríeu donar-li?**

**M:** Al final és qüestió de temps. Si vas cada dia escrivint coses, hi haurà més gent interessada. Amb les xarxes socials, en el Barça per exemple, s'està creant un públic i cada vegada té més coses que interessaran. Potser no tant com el masculí, perquè estem parlant del Barça, que és un mastodont, però vaja, a poc a poc. Jo crec que anirà creixent en atenció mediàtica i amb el pas del temps hi haurà més gent interessada, i a més s'està veient. Per exemple, amb partits com el de l'Athletic de Bilbao a San Mamés a la Copa de la Reina. Aquí a Barcelona seria diferent perquè sembla que costa molt més anar al camp. Si arribem a la semifinal de la Champions doncs potser tindràs el Mini Estadi amb 12.000 persones. Llavors has d'anar fent bé les coses i a la llarga tindràs més gent interessada.

**H: És més feina nostra d'inculcar l'interès en la societat o és la societat la que s'ha d'interessar més per tal que els mitjans li prestin més atenció?**

**M:** És tot. Si tu fas molta cosa però després no interessa a ningú, al segon dia et preguntaràs "Per què faig això?". En el cas del femení no passa perquè si vas fent

coses, acaba funcionant de forma esglaonada però bé. Si fessis 12 pàgines del femení o 50 notícies a la web, es notaria que no té tant d'interès com per fer aquest esforç, però és qüestió de temps. Però els dies que passin coses grans, allà no s'hi faltarà.

**H: Les xarxes socials són bastant crítiques amb el periodisme. Heu notat que hàgiu tingut pressió social per tal que cobriu més o feu més cas al futbol femení?**

**M:** No. En el *Sport* el futbol femení el porto jo i ara una noia que m'ajuda amb el tema, però mai he fet res o he deixat de fer perquè les xarxes socials ens poguessin criticar o dir-nos masclistes. En general, intentem fer allò que s'ha de cobrir perquè és mediàticament i esportivament important. És veritat que perfectament es podria haver fet més portades del futbol femení, però entren en joc moltes altres coses. Però en cap cas fem o deixem de fer per la pressió social. Si et poses a llegir els comentaris al diari o les respostes a les xarxes socials et tornes boig perquè et trobaràs de tot. T'insultaran per una cosa i per altra també, llavors, per això no ens movem seguint aquest fil. Pots mirar i fer més o menys cas, però al final acabes pensant amb criteri periodístic i dius "Això interessa més o menys?". Hi ha lluites que pots guanyar i hi ha d'altres que t'has de conformar amb el que et donen.

**H: Per altra part, les xarxes socials us han criticat molt per alguna cosa que hàgiu escrit sobre el futbol femení?**

**M:** No pel futbol femení, com a mínim no en sóc conscient. Una altra cosa et diria amb secció "Balón Rosa" al *Sport*, que sí que ha rebut crítiques però és una secció que ja no sé ni si existeix al diari. Sí que et poden dir "no doneu protagonisme o li doneu molt menys protagonisme que el *Mundo Deportivo*, que fa tal tema". Però a banda d'això, tampoc em sona cap notícia on estiguéssim en el centre d'atenció. Per exemple, el *Mundo Deportivo*: fa un parell d'anys em sembla que va fer una galeria de fotos a la web de "Les vacances de les futbolistes" i sortien totes en biquini o "Les vacances més sexys", i amb aquesta els hi van fotre canya. Seria molt temptador i segur que funcionaria molt bé si fas a la web la galeria de "Les jugadores del Barça en biquini". Entraria moltíssima gent, segur, però prefereixo no fer-ho.

**H: *El Mundo* va ser molt criticat per una galeria que van fer titulada “Las buenorras internacionales”.**

**M:** Això fa 10 anys amb un altre públic queda diferent, però avui dia no pots fer-ho. I cada vegada serà menys perquè al final quedaran 4 cromanyons que demanaran aquest tipus de contingut, però res més.

**H: Quin futur creus que li espera al futbol femení?**

**M:** Cada vegada més. No sé si arribarà al nivell del futbol masculí, no ho crec, perquè els sous que es mouen no tenen ni punt de comparació, però sí que avui en dia el futbol femení està en millors condicions que el bàsquet femení a Espanya, per exemple. Potser l'únic esport on la gent professional guanya més és al tenis, perquè allà sí que està molt més repartit a nivell igualitari els premis. Però el futbol, sobretot amb el Barça o l'Atlético de Madrid, són els clubs que més aposten, però també perquè són els que tenen més. Quan hi hagi un Real Madrid femení, que acabarà passant, també suposarà un creixement. Econòmicament tindrà més pes, en l'àmbit social també i al final, tot el que vas creant serveix per educar a la gent. Les noies que creixen ara i que van al Mini un dia, o potser a San Mamés també, doncs d'aquí a uns anys seran moltes més. És un procés lent i que, a més, hem començat tard, perquè si comparem amb Alemanya, França, Suècia o Noruega, doncs fa molts anys que fan això. A Espanya ha començat més tard però vaja, anirà creixent.

**H: S'hauria d'aspirar a equiparar-se amb el futbol masculí o a altres països com França, Alemanya o els Estats Units?**

**M:** Crec que equiparar-se a aquests països. Alemanya a nivell d'atenció mediàtica i de lliga competitiva, doncs està a un bon nivell. Si aconseguixen portar 5-8-10 mil persones als camps, doncs aquest pot ser un bon model a seguir. L'afluència mitja d'Amèrica és la més seguida, per tant aspirar a un nivell similar o es portin a cada partit 5.000 persones com a mínim al camp, doncs estaria molt bé.

**H: Quines serien les claus per on passa aquest creixement del futbol femení?**

**M:** Que la inversió econòmica es mantingui, que els clubs creguin, que la gent jove no es rendeixi, perquè al final són noies joves que volen jugar al futbol igual que abans hi

havia nois que s'hi volien dedicar. Si tu hi creus en això i veus que el dia de demà et pots dedicar a això, que tens una societat que et dona suport per fer això i no et diu “marimacho” ni res, que veus que hi ha clubs que hi aposten perquè tenen diners, tenen recursos i tenen una estructura més professional. El Barça femení té una estructura pràcticament equiparable a molts equips de segona pel que fa a preparadors, staff, dietistes, psicòlegs... Si aconsegueixes crear aquesta estructura en tots els equips de la lliga, el nivell serà superior. Això generarà més ingressos econòmics perquè hi haurà més marques que apostaran... És una bola de neu que cada vegada s'anirà fent més gran. Si el dia de demà Iberdrola deixa de posar diners i les televisions diuen que no retransmetran més partits, llavors tindràs una aturada i serà complicat tornar, però estem en el bon camí.

**H: Com impulsaria l'arribada del Reial Madrid al futbol femení?**

**M:** De forma mediàtica, encara que només sigui per “postureo”. Florentino no crec que estigui interessat perquè si fos una secció que fos molt rendible econòmicament, ja ho tindria. És rendible econòmicament? No, però pots sobreviure entre el que et dona la Lliga, la tele i Iberdrola. Però que el Barça tingui un patrocini estranger, que li aporta molts diners, doncs això ja permet que la secció sigui solvent i, per tant, ja no deixes de perdre diners ni de quedar-te igual, sinó que a més hi guanyes. Potser això fa que equips com el Madrid s'hi vulgui apuntar, perquè és dels equips forts d'Europa que no té secció femenina. Ajudaria en aspectes com la participació de tertúlies i també en la creació de rivalitat entre Barça-Madrid.

**H: I has dit que no creus que el futbol femení no arribaria a tenir tanta importància com el masculí, no?**

**M:** No ho crec però perquè costarà molt d'aconseguir. No sé si d'aquí a 30 anys serà al revés, però d'aquí a 5-10 anys, no ho veig possible. Els diners que mou el futbol...

**H: Si haguéssiu de fer autocrítica, què milloraríeu pel que fa a l'atenció que doneu al futbol femení?**

**M:** Que s'han de fer més coses. És un món on encara es permet bastant d'accés a les jugadores, pots demanar entrevistes sense problemes. No és com el Barça masculí, que necessites passar molts filtres i està tot molt pautat. En el femení és molt més

fàcil. La qüestió és tenir ganes i gent per fer-ho, és molt important. Aquesta temporada portem 5 o 6 entrevistes a jugadores del Barça. Que podríem acabar la temporada amb una entrevista a totes les jugadores? Segurament, però no tinc ni temps, ni gent. Però hi haurà algun dia que es podrà fer, i que es faran més temes i més reportatges. Si cada vegada interessa més, doncs apostaràs més. Però si també marques com Iberdrola poden passar als mitjans també ajudarà a fer que hi hagi més cobertura.

### **1.3. Marca**

L'entrevistat en el diari madrileny *Marca* va ser David Menayo, el cap de la secció de futbol femení del diari. Periodista de *Marca* des del 2007, ha estat un dels impulsors del futbol femení a Espanya. A més, ha escrit dos llibres sobre aquest esport: *Vero Boquete, la princesa del deporte rey* el 2013, i *El fútbol femenino en 20 toques* el 2015. L'entrevista la vam fer via telefònica, ja que ell viu a Madrid.

#### **David Menayo**

**Helena: ¿Cómo está el fútbol femenino en España actualmente?**

**David:** Yo creo que está en el mejor momento de su vida. Creo que ha progresado mucho tanto a nivel deportivo como estructural, como el eco mediático por lo que a nosotros se refiere. Sí que creo que aún hay mucho margen de mejora, creo que las jugadoras pueden mejorar sus condiciones, creo que la competición puede llegar a ser profesional, que aún estamos en “camino de” y creo que los medios pueden normalizar la información que diariamente se da sobre el fútbol femenino.

**H: Marca fue uno de los primeros periódicos nacionales que más atención le dio al fútbol femenino. Además, tú fuiste precisamente uno de los impulsores de este cambio. ¿Qué es lo que os hizo plantearos dar más atención al fútbol femenino?**

**D:** Yo te puedo contar mi caso personal. Yo me enganché al fútbol femenino porque siempre he creído en una igualdad real y siempre he convivido con chicas cuando era un niño jugando en un equipo de fútbol y lo tenía como algo normal. Sí que es cierto

que cuando llego a la universidad, tengo una compañera que es amiga mía y que juega en la Súper Liga, que era la máxima división del fútbol femenino. Yo no encontraba la información en los periódicos que consumía, porque siempre he sido consumidor de periódicos deportivos y me llamaba mucho la atención. Cuando yo empecé a trabajar en el *Marca* en 2007, planteé poder hacer algo de fútbol femenino y dar visibilidad, porque al final a mí como usuario sí que me faltaba eso. Quería tener esa información y no estaba, así que propuse hacerlo. Al principio se empezó con hacer crónicas de la jornada, después se fueron haciendo reportajes, alguna entrevista... y en 2010 la información que conseguimos y tratamos es tal que ya se habilita una pestaña propia al fútbol femenino. Somos el primer medio que apuesta por tener una portadilla propia y darle una entidad propia, porque antes se catalogaban todas como “+fútbol” y se mezclaba con 3ª división, fútbol amateur... y a partir de entonces ya se empieza a catalogar.

A parte, presento un proyecto en el periódico en el que todas las semanas íbamos a presentar un reportaje para dar a conocer a una futbolista, un hecho o un partido importante en el que se hiciera acopio del resumen de la jornada, como iba a la clasificación... Desde entonces, se sigue manteniendo eso y, a partir de ahí, es evidente que la información es más demandada, se hace más caso y se da una cobertura y un tratamiento de la selección femenina española muy parejo a la del masculino. Me refiero en cuanto a entidad de los partidos, que quizá antes los partidos de clasificación a la Eurocopa de 2013 o algún amistoso iban en pequeñito, y ahora se dedican páginas, se hacen reportajes y se hace previa. Así que, en ese aspecto, el tratamiento es parejo y se abarca Champions, competiciones internacionales y reportajes que incluso no tienen que ver con el fútbol español. Creo que el espectro es mucho amplio que lo que era antes y creo que eso es una apuesta decidida que hubo en su día en *Marca* y que se ha enriquecido durante todo este tiempo.

**H: Al principio, ¿te encontraste con adversidad o con caras raras cuando decidiste apostar por él?**

**D:** Sí. Yo en la redacción he llegado a escuchar “eso no es fútbol ni es femenino” y me dolía, ya no solo como profesional, que me parece que siempre trabajo y en el día



a día valoro el fútbol femenino y lo transmito como tal, pero como amante de este deporte. Como seguidor del fútbol femenino, para mí siempre ha sido fútbol. Es cierto que el nivel ha mejorado en muchos aspectos, pero al final esa frase es muy despectiva y ha sido bandera durante muchos años de los detractores de este deporte. A día de hoy tengo la suerte de que, no solo no se escuchan esos comentarios, sino que la gente se interesa por los partidos, sabe cuándo juega su equipo la Champions, sabe cuándo son los partidos de la selección, sabe quién va primero en la clasificación de la Liga Iberdrola, que estamos clasificados para el Mundial que empieza en 4 meses... Así que la gente está enganchada al fútbol femenino. Eso implica que el cambio ha sido de cara afuera y también lo vemos entre los propios compañeros. Al final, esto es una sección de deportes y el fútbol femenino ha entrado con mucha fuerza. Todo el mundo conoce, respeta, valora e incluso me atrevería a decir que serían capaces de escribir sobre ello, que es algo que hace años quizá era impensable.

**H: España va remolque de otros países como Alemania o Francia, donde el fútbol femenino está más consolidado. ¿Por qué crees que en España se ha tardado más respecto a otros países?**

**D:** Yo creo que se ha ido a la cola durante muchos años. Primero, a nivel federativo, ya que la federación española no aceptó el fútbol femenino hasta el año 1982, creo que eso nos dejaba ya a años vista de otras selecciones. Durante muchísimo tiempo ha apostado poco dinero y pocos recursos a su selección, a su campeonato doméstico, a su liga... Al final, el progreso es mucho más lento, porque la materia prima yo creo que siempre ha sido excelente. Eso siempre se ha demostrado en la selección, y luego en los clubes, que han logrado resultados por encima de sus posibilidades. Han colocado a España en un escenario que no era habitual, porque ahora sí que estamos acostumbrados a ganar y a jugar Eurocopas y Mundiales, pero hasta la Eurocopa de 2013, que es una clasificación histórica, España era una cenicienta en Europa. Ahora sí que somos referentes por el apoyo de la federación, porque los clubes están volcados, porque hay una apuesta económica y porque hay un progreso social.

Creo que España sigue siendo un país muy machista, sobre todo en el mundo del deporte, pero somos menos machistas que hace 10 años. Creo que generación tras generación, ese machismo se va erradicando gracias a Dios, aunque todavía hay muchos capítulos y episodios por borrar. Y sobre todo estamos creando referentes y educando en valores desde las escuelas. Que eduquemos a un niño y que el otro día en el Wanda unos niños puedan ver que unas chicas juegan en un estadio de fútbol delante de 60.000 personas y marcan goles igual, que se celebran igual, que juegan igual, que tocan igual... al final eso vale más que 100.000 artículos que escribamos los medios de comunicación. Que también son importantes, pero creo que esa educación son los frutos que vamos a recoger el día de mañana.

Y respecto a tu pregunta, es cierto que vamos detrás porque España es un país machista en cultura deportiva. Países como Francia, donde su periódico deportivo por referencia sea capaz de abrir un periódico con el Olympique de Lyon ganando una Champions, al final creo que eso en España hasta hace poco sería difícil. Sí que es cierto que vemos más portadas con fútbol femenino, que la presencia femenina en las portadas no solo de los medios deportivos sino de los generalistas es mucho más común, pero también es cierto que va muy ligado a los éxitos. El deporte al final es un mundo muy resultadista y cuando las cosas van bien es mucho más fácil vender el producto que cuando van mal. Hace unos años era mucho más difícil sacar brillo a ese producto y ahora es mucho más fácil hacerlo porque cuando no hay un éxito hay otro, hay alguna historia que contar y si no, hay cifras récord como el otro día en el Wanda. Eso es cierto que al final es como la pescadilla que se mueve la cola pero que estamos en una dinámica positiva, me quedo con eso. Estamos mucho más cerca en del progreso respecto a esas potencias. En cultura deportiva se incluiría Francia, Suecia o Alemania porque creo que han sido referentes durante muchos años y, sin embargo, en lo que es a nivel deportivo futbolístico, yo creo que Alemania está evidentemente a otro escalón, pero nos estamos acercando a esas potencias. Ya podemos jugar de tú a tú con otras potencias como Inglaterra, Alemania, Suecia o Noruega, que antes eran imbatibles y ahora se les puede hacer frente. Al final va todo de la mano y ojalá nunca se pinche esta burbuja y que siga en todos los aspectos.

**H: En Marca, la información y la cobertura que dais al fútbol femenino, ¿la calificarías como bastante buena? A mí como consumidora me da la sensación de que el fútbol femenino se centra más en el deporte en sí, y en el fútbol masculino se centra más en cosas que no tienen que ver con el deporte.**

**D:** Para mí el fútbol femenino es puro, más virgen. A nivel periodístico se cuentan más historias porque creo que hay historias más anormales o diversas que en el fútbol masculino. Las crónicas se centran mucho más en todo lo deportivo y las noticias son más deportivas que en el masculino, pero es cierto que la evolución y ese camino hacia el profesionalismo y poder igualar en número de noticias y en el tipo de información, está haciendo que en parte se esté pervirtiendo ese ADN del fútbol femenino. Yo estoy luchando contra eso, creo que al final es un ADN que se ha de mantener y que tiene unos valores y unas características propias que lo hace diferente y lo hace mucho más visible y atractivo para mí, como profesional y como consumidor, pero es cierto que no me extrañaría que cierta corriente periodística en unos años estemos hablando de las botas de Alexia, del peinado de Amanda o del coche de Jenni Hermoso. Ojalá no vaya por ahí pero el exceso de información hace que la tengas que digerir mucho mejor y filtrar mucho mejor.

En el fútbol masculino, estoy de acuerdo contigo de que sobre todo con el Barça y el Madrid, ese filtro es mucho más ancho y entra todo. Al final, como en el fútbol femenino tienes que sintetizar mucho más, esas cosas están de lado. Pero creo que por una parte sería bueno si haces la lectura de que estás jugando en la misma división que ese tipo de información, y por otra mala porque se pierde ese ADN que es fundamental mantener. Hay muchas cosas de las que contagiarse, pero esas cositas espero que no.

**H: Mediáticamente, ¿dónde crees que se apuesta más por el fútbol femenino? ¿En la televisión, las radios, la prensa tradicional o digital...?**

**D:** Mira Helena, yo creo que al final va en la persona, en el periodista y en el apoyo que tenga de su medio de comunicación. Yo tengo la suerte de trabajar en *Marca*, he tenido 3 directores diferentes y los 3 me han apoyado incondicionalmente en mi

lucha/batalla para hacer este escenario más grande. Quizá si hubiese estado en otro medio me hubiesen coartado más pero no creo que deba ser una batalla de a ver quién publica más, quién publica menos o quién publica mejor... Yo pienso que ojalá se normalice, y que, igual que se puede hacer un reportaje del Valladolid, también se puede hacer uno del Granadilla.

Yo creo que al final, sea en televisión, en prensa o en radio, creo que hay que luchar para que se normalice y que la visibilidad sea la que se merece, ni más ni menos. Que no sea una moda y que las televisiones se acerquen solo porque hay un partidazo en el Wanda. Al final van 5 medios a un partido que se celebre en el Mútua pero si juega Nadal van a ir 100. Es verdad que hay una corriente/moda respecto al fútbol femenino que va muy bien, te suben a la cresta de la ola y te ponen en la primera línea del escaparate, pero que cuando no sea tan noticiable lo que pasa o lo que haya que contar, espero que esa ola haya dejado un reposo para que se sigan dando cosas en la tele, que sigan abriendo telediarios, que el día que ganen la Liga el Barça o el Madrid también salga en portada de periódicos... Ese tipo de cosas que no sean solo un día. No hablo por mí, sino que hablo en general. Por eso digo que al final no ha de ser una lucha entre medios sino una lucha de los periodistas que trabajan esa información para que su trabajo se exponga lo máximo posible. Ojalá haya todos los días dos páginas de fútbol femenino porque a mí me daría más trabajo, pero estaría más contento porque al final de lo que trabajo, de lo que entiendo y de lo que soy especialista, en mi trabajo luciría mucho más. Al final, eso se queda en circunstancial. Yo no soy un ejemplo porque en mi periódico siempre se ha apostado y cada vez trabajo más en esa área. Al principio hacía mis reportajes en mis días libres y ahora ocupa gran parte de mi jornada laboral. Entonces al final no me puedo quejar. Creo que también soy un privilegiado porque estoy viviendo un momento de cambio en el fútbol femenino y sentirme partícipe de él.

**H: Una de las partes más críticas de la sociedad son las redes sociales, en especial Twitter. ¿Os habéis sentido presionados de alguna forma por los usuarios a escribir más sobre el fútbol femenino?**

**D:** No, al revés. Ni más ni menos, como dices tú, las redes sociales son un nido donde hay de todo. Yo comparto mucha información y muchas cosas porque me parece que al final es otro canal de información que te puede enganchar con el aficionado, con el protagonista, con los compañeros... Es un círculo social más. Pero no, yo no he sentido nunca presión. Al revés, al final tienes que defender lo que haces porque hay gente que deja el típico comentario troglodita de “ni es fútbol ni es femenino” o que lo insultan escondidos bajo un pseudónimo y un emoji y así es muy fácil criticar. Luego tenemos la corriente de “¿por qué no es portada?” o “¿Por qué no dedicáis espacio a tal?”. Pero que son cosas normales del periodismo de hoy en día al que te tienes que adaptar, pero presión ninguna. Al revés, yo tengo la libertad de elegir más o menos lo que se publica y lo que no y no me han vetado ni nada por el estilo. Es más, los jefes me han propuesto reportajes. Normalmente los propongo yo porque yo soy quien controla la sección, pero no.

Las redes sociales al final son un apoyo que al fútbol femenino le ha venido muy bien como altavoz. Luego están los haters, pero creo que ha sido un altavoz para el fútbol femenino y que ha sido una vía más de canalización igual que Internet. No solo se ha quedado en el periódico o en el telediario, sino que ahora afortunadamente hay muchos canales de televisión, hay Internet, hay muchos medios... y cada vez hay más periodistas especializados en el fútbol femenino, que para mí es clave para que esto también crezca a nivel mediático.

**H: ¿Tampoco os han criticado masivamente? ¿Nunca habéis tenido un problema de escala mayor? Tenemos como precedente el caso de *El Mundo*, que publicó una foto galería titulada “La lista de buenorras internacionales en los Juegos Olímpicos”.**

**D:** Podemos tener los mismos problemas que puede tener cualquier medio de comunicación si publican una noticia de esas. Yo sería el primero que criticaría incluso

a mi medio porque ese tipo de información o de visibilidad de la mujer no me gusta. Es algo con lo que convivimos los periodistas, pero es como en cualquier otro trabajo, no puedes estar de acuerdo al 100% con lo que se hace. Pero yo no soy quien mando, quien dirige o quien publica. Yo nunca publicaré esa foto galería, lo que no significa que en mi medio no se publique nunca, no lo sé. Y si se hace una cosa similar, yo seré uno de los críticos, porque no me gusta ni en mi periódico ni en ningún otro. No aporta nada y veo lógica la crítica porque al final, cuando yo me refería a los haters, hay gente que critica porque sí, pero sí que hay gente que critica con razón. Yo incluso acepto la crítica en todos los aspectos siempre con educación y siempre con dialogo. Creo que he podido hablar y discutir de buena fe con gente por las redes sociales porque no estoy de acuerdo o sí, y a veces incluso me han hecho cambiar mi opinión porque me han mostrado un punto de vista que no tenía. Incluso en muchos temas, no solo en el fútbol femenino.

Al final creo que el diálogo siempre es bueno porque los diferentes puntos de vista enriquecen, pero hay cosas que están mal vistas a nivel general, y la cosificación de la mujer es una de ellas. Yo, como defensor del deporte y del fútbol femenino, lucho contra eso todos los días. Es verdad que aquí en *Marca* se han publicado foto galerías de “Las chicas más guapas...”. Yo eso lo odio y gracias a Dios, creo que está casi exterminado porque es algo contra lo que yo lucho día a día aquí en la redacción. Al final, si todo el mundo cree que todo eso está mal, llegará un momento que no se publique, pero hasta el día de hoy, habrá medios y habrá gente que lo siga publicando, lastimosamente.

#### **H: De cara al futuro, ¿qué futuro prevés para este deporte?**

**D:** Bueno, pues yo sueño, anhelo, lucho y trabajo para que haya una igualdad real. Eso no significa que abra todos los días el fútbol femenino el periódico, ni que se dediquen 16 páginas como se le puede dedicar al Real Madrid, sino que ocupe el lugar que merece. Creo que es una frase hecha pero que es la realidad. Cuando el Wanda se llenó, en *Marca* no solo fue portada, sino que abrió porque las primeras 4 páginas fueron dedicadas al partido. Creo que abrió también un montón de telediarios y me

parece lógico porque es LA noticia del día. Cuando no lo sea pues irá relegado a una columna, como cualquier otro deporte o cualquier otra disciplina.

Lo que sí espero es que el fútbol femenino sea tratado como un deporte, donde las futbolistas sean tratadas como profesionales y sean tratadas desde los medios como profesionales de élite, que sigamos contando sus historias. Ojalá siga habiendo tanto curro como hasta ahora porque eso significará que no va a faltar y que seamos muchos los que sigamos el fútbol femenino y que vaya rodeado de éxitos. Al final, sí que está creciendo y está creciendo bien: en los dos o tres últimos años ha cogido una velocidad de más que ya hacía falta. Ojalá aportemos espacio a Francia, Estados Unidos... a los referentes del mundo del deporte en general y normalicemos también ya no solo el papel de la mujer en la sociedad, sino el papel de la mujer en los medios.

**H: ¿A partir de qué momento crees que el fútbol femenino comienza a tener más atención mediática?**

**D:** Para mí, el punto de inflexión es la clasificación a la Eurocopa de 2013. Esa eliminatoria con Escocia que se gana aquí en el descuento, España vuelve a ponerse en el panorama internacional 16 años después de que hubiera una cita internacional. Creo que eso es un punto de inflexión que hace despertar no solo a los medios y a los clubes, ya que al final sus jugadoras se pueden ver en un mercado internacional.

Otro punto de inflexión es la entrada de patrocinio de Iberdrola porque se ve que es una liga que tiene nombre, respaldo y dinero. Los clubes se ven importantes y dotan a las jugadoras de unas condiciones que, hasta el momento, algunos equipos dotaban y otros no. Entonces, creo que son los dos puntos básicos, para mí, de que el fútbol femenino esté donde está ahora. Y evidentemente, con el trabajo diario de futbolistas, de clubs, etc. Creo que ahora es mucho más profesional sin llegar a ser, literalmente, profesionales en lo que a pistas se refiere. Sí que las jugadoras se cuidan mucho más que antes, los clubes apuestan y respetan mucho más las selecciones femeninas, se han creado muchos clubes femeninos en los últimos 5 años...

**H: A parte de estos dos puntos, ¿añadirías alguno más?**

**D:** Sí, ganar el Mundial. Lo que le falta al fútbol femenino es un gran éxito deportivo. Se ha visto mucho por las selecciones inferiores, al final los medios de comunicación hemos vendido el campeonato del mundo Sub-17 como si hubiésemos ganado el Mundial de Sudáfrica. Que yo lo aplaudo, pero creo que, si un equipo español ganase la Champions, si España ganase el Mundial o una Eurocopa, si hay ese gran éxito, sería otra bomba.

Eso por el lado deportivo, pero por el lado social, pues que las jugadoras firmen el contrato de convenio profesional, que sean tratadas con unos cuidados mínimos y que las condiciones que se han ganado con el tiempo no se pierdan. Creo que eso es fundamental, pero a nivel deportivo creo que sería un bombazo que hubiese un éxito de ese tipo, porque al final realzaría mucho más, engancharías a las empresas de publicidad y de marketing, todo el mundo estaría mucho más volcado en eso porque se sabe que da crédito. Al final, el deporte es muy resultadista y el fútbol más, así que está en sus manos poder hacerlo.

**H: ¿Crees que la creación de un Madrid femenino daría un gran impulso?**

**D:** Yo me he mantenido siempre con la misma idea. Yo creo que el fútbol femenino está creciendo sin el Real Madrid, y que aportaría evidentemente porque es un gran club y tal, pero siempre que apostase de verdad por el fútbol femenino. Que sea una apuesta real, convencida y firme. Crear el Real Madrid femenino para que desapareciese al cabo de unos años porque no se le hace caso o porque pareciese el Real Madrid pero en flojo, sin que luche por títulos o que no sea referente, pues no le iría bien. Al final, estarías vendiendo un Barça-Madrid, pero con un Madrid con jugadoras de segunda fila contra jugadoras internacionales. Le metería 10-0 el Barça, sería un día bonito donde se hiciesen reportajes y crónicas sobre este día, pero creo que al final no le haría un favor al fútbol femenino.

Por lo tanto, creo que aportaría a este deporte si fuera una apuesta decidida, pero el fútbol femenino puede sobrevivir sin el Madrid perfectamente. No tengo ninguna duda



de que esto puede seguir explotándose sin que el Real Madrid esté. Si se quiere subir, bienvenido sea, él y todos los clubes que quieran.

**H: ¿Crees que el fútbol femenino llegará a tener tanta importancia como el masculino algún día?**

**D:** Pues si te soy sincero, no. En cuanto a número de noticias y de portadas creo que no, pero porque nada va a poder luchar con el Barça, el Madrid o el Atlético...pero al final es entretenimiento. ¿Que se pueda igualar en condiciones, oportunidades y demás? Ojalá, para eso estamos luchando. No es por un hecho machista o no machista, sino que creo que no hay nada que se pueda comparar. Si pones en la tele una final de Champions femenina y masculina, la gente verá la masculina por mucho que no aparezca ningún equipo español, pero eso es algo lógico: tienen más seguidores, más afición, más apoyo... Para lo que debemos luchar es para que el fútbol femenino tenga esas oportunidades, tenga el apoyo, el dinero, el respaldo y las condiciones.

Pero creo que las comparaciones son odiosas porque creo que no hacen bien a nadie. Creo que yo tiraría más para eso: dotar de condiciones y garantías al fútbol femenino, sin compararlo con el masculino en ningún caso. También te diré: se pueden quejar los lectores del Marca de que en 2019 se han dado más páginas de fútbol femenino que del Valladolid, y tienen razón. Al final, muchas veces si hacemos esa comparación, estamos diciendo que si va a ser portada como lo es Zidane, Cristiano, Messi... Pues eso no. Creo que no se va a llegar a esa equidad, pero porque mediáticamente, las empresas de comunicación siguen siendo empresas y no vendes el mismo producto. Es decir, los dos son fútbol, pero no tienen el mismo tirón ni tienen la misma demanda, entonces no tienen la misma oferta. Pero ojalá la tuviera, aunque en ninguna parte del mundo la tienen, excepto Estados Unidos dado que allí van al revés: el fútbol femenino es el deporte rey. En ninguna otra parte del mundo, por muy bien visto que esté el fútbol femenino, se puede equiparar al masculino, porque el fútbol al final es el deporte rey en todo el mundo, y lo es por el masculino.

Pero bueno, a mí las comparaciones nunca me han gustado y yo creo que al final eso es donde chocan. ¿llegaran al mismo punto? Pues yo creo que no, y no es porque sea una respuesta machista, son porque creo que no es su lucha.

**H: Y ya para acabar, si tuvieseis que hacer autocrítica de vuestro medio, ¿qué diríais?**

**D:** Yo lo que haría sería una redacción de *Marca* con más gente que conociera el fútbol femenino y pudiera explicarlo bien. No solo porque esté yo, porque ya te he dicho antes que cada vez hay más compañeros que lo siguen y que informan, pero sí que le falta al mundo del periodismo más especialistas de este deporte. Es difícil porque, mediáticamente, sí que es cierto que, hasta hace poco, no era fácil llegar a la información que ha de tener un periodista para explicársela al mundo. También añadiría que siga siendo una apuesta firme, porque los que trabajamos en el deporte femenino tenemos el miedo a que esto sea una burbuja, algún día se pinche y mañana sea otra cosa. Ojalá no sea una moda y siga luchando.

Aparte, como periodista, pediría que nos suban el sueldo y que nos reconozcan nuestro trabajo. Y luego, evidentemente, pues como periodistas humanos que somos, fallamos, y pensamos que podríamos haber hecho las noticias mejor. Creo que en la autocrítica buena que te hace la gente se encuentra el hecho de crecer, pero sí, hay que ser autocríticos sin ser dañinos. Al final, los que hacemos este tipo de información estamos para sumar y, en línea general, los medios están logrando ser menos machistas, que creo que es una asignatura pendiente no solo en el periodismo, sino en la sociedad. En el periodismo tenemos esa parte didáctica de enseñar a la gente, porque con el periodismo generamos una corriente de opinión y también compartimos esa visión. Por lo tanto, como autocrítica, dejar de ser machistas.

#### **1.4. AS**

L'últim mitjà esportiu entrevistat va ser l'AS, un dels més populars en l'àmbit nacional. L'entrevistada va ser Aimara Gil, cap de futbol femení i redactora del diari AS des del

2008. En el moment de l'entrevista ella estava a Granada, per tant, es va realitzar mitjançant una trucada telefònica.

### **Aimara Gil**

**Helena: ¿En qué situación se encuentra el fútbol femenino actualmente en España?**

**Aimara:** La verdad es que ha crecido mucho en los últimos años. Está teniendo muchos más espacios de los que tenía. Sí que es verdad que no puede llegar todavía a compararse con el masculino, sobre todo de primera división, pero yo creo que ya se acerca a segunda división. Creo que se está luchando muy bien, y de los últimos 3 años para acá, el salto ha sido enorme.

**H: Esta última temporada, la visibilidad del fútbol femenino ha aumentado hasta tal punto de llenar el Wanda con más de 60.000 personas. ¿Cuándo comienza a gestarse este cambio?**

**A:** Yo creo que el gran punto de inflexión del fútbol femenino fue cuando la Liga apostó por el fútbol femenino. La federación y entre todos un poco consiguieron que hubiera ingresos, sobre todo por parte de un patrocinador como Iberdrola, que apostó muy fuerte por la liga femenina. A partir de ahí se consiguió que la televisión lo televisara, eso hace que se abra una ventana al mundo y que el aficionado común, que está en su casa, pueda verlo. Yo creo que ahí está el gran éxito del fútbol femenino, el poder llegar a las casas. Al final creo que todo aficionado del fútbol le gusta el fútbol, sea femenino, masculino o de juveniles. Ahí está la prueba de que la liga funciona, que Gol está dando la división de honor juvenil y también funciona. ¿Por qué no iba a funcionar el femenino? Se ha demostrado que sí que tiene seguimiento y que la gente se empieza a acostumbrar y a ver normal ver a la gente jugar. Y en ese momento, cuando llegó el dinero y se pudo apostar de verdad y se abrió las ventanas de las casas y la gente pudo verlo en abierto sin tener que ir al campo y como si fuera una cosa normalizada, el fútbol femenino empezó a explotar.

**H: Por lo tanto, ¿el tema patrocinios fue clave no?**

**A:** Sí, yo creo que patrocinios y televisión, sobre todo esas dos cosas, porque al final, por mucho dinero que te llegue, si no consigues llegar a las casas de la gente no

puedes tener tirón con el público. Que haya 60.000 personas en el Wanda en gran medida es porque llevan 3 años viendo en la tele al Atlético de Madrid y si eres colchonero pues quieres que gane tu equipo femenino, alevín, masculino e infantil. Te da igual quien sea. Lleva tu camiseta, lleva tu escudo, entonces lo apoyas. Si lo ves por la televisión, lo ves todos los fines de semana y empiezas a seguirlo. El hecho de que abran el estadio para que la gente vaya pues hace que ese aficionado que lleva tres años viéndolo se anime a ir. Si abren el estadio y eres seguidor del Atlético pero no las has visto nunca, quizá no te animas tanto a ir.

Entonces creo que ha sido tanto el dinero como el patrocinio de Iberdrola y de la Liga, y el poder llegar a la televisión en abierto gracias a Gol, porque sí que es verdad que en plataformas de pago tienes mucha menos visibilidad.

#### **H: ¿LaLiga se compromete también hace 3 años?**

**A:** Exacto, fue el mismo año que con Iberdrola. LaLiga dijo que iba a poner el mismo dinero que pusiera la compañía eléctrica. Iberdrola pone entre un millón y dos millones y LaLiga puso la misma cantidad de dinero para ayudar a los clubs, porque al final estamos hablando de clubs que no eran profesionales. Quizá en redes sociales y en todo lo que era la comunicación, que es lo que hace que te abras al mundo, pues no eran profesionales, eran amateurs. Creo que todo el trabajo de LaLiga y de la Federación para intentar profesionalizar la parte de comunicación y la parte administrativa, ya no solo lo deportivo sino lo que va más allá del campo, hace que el fútbol femenino haya crecido mucho.

Estamos viendo continuamente en redes sociales que se hacen un montón de cosas: que van a colegios, que tienen más patrocinadores... Todas esas cosas al final son seguidores y gente que te sigue, aunque no sea por la tele o por los periódicos, sino en tu propia plataforma. Todo eso hace pequeños granitos de arena que han ido poniendo cada uno para que este deporte esté donde está hoy y creo que aún queda mucho más por crecer.

**H: ¿Este dinero de LaLiga y de Iberdrola se dedicaron a los clubes para poder profesionalizarlos?**

**A:** Digamos que se hizo un reparto más o menos equitativo entre los clubs. Hay que tener en cuenta que equipos como el Atlético o el Barça tienen detrás una estructura de un equipo profesional como es el Barcelona o el Atlético de Madrid. Esto teniendo en cuenta que muchos pertenecen a la estructura del club, pero hay muchos que aún no pertenecen a la estructura del club matriz, por así decirlo. Por ejemplo, el Betis tiene su propio CIF, es decir, es un equipo diferente que tiene un acuerdo con el Betis para vestir la misma camiseta, para tener apoyo en las redes sociales y con los patrocinadores, pero no son el mismo club. Hay otros clubs mucho más pequeños como pueden ser el Granadilla o el Logroño que no tiene ningún tipo de estructura de un equipo grande, por así decirlo. Tienen su gimnasio y es su gimnasio, no tienen un gimnasio de un club de primera división que durante las tardes no lo usan y entonces lo pueden utilizar el equipo femenino. Los clubes necesitaban esa ayuda y esa profesionalidad porque al final, el del Barça quizá sí que era un jefe de prensa profesional porque lo había contratado el Barça, pero al del Granadilla quizá le tenían que pagar 100 € al mes y quizá era un chaval que le gustaba la comunicación. El dinero hace mucho, pero también el hecho de que ese dinero vaya a profesionalizar ciertas cosas.

**H: Mediáticamente, ¿dónde crees que se está haciendo más seguimiento del fútbol femenino?**

**A:** Al final lo más fácil siempre es la web, porque en la web tienes sitio infinito y puedes subir todas las noticias que quieras y que encuentre del femenino, pero en papel tienes un espacio limitado. Sí que es verdad que el programa que están haciendo de *Vamos*, que es una hora entera solo de fútbol femenino ayuda, pero al final el hecho de llegar a los periódicos grandes ha sido lo que ha hecho que la gente lo normalice. Al final, los jóvenes consumen mucho Internet, pero hay gente que es mucho más mayor y que son de otra generación que su día a día es el periódico. Allí tiene mucho que ver no solo la apuesta de los periódicos como la apuesta de Iberdrola, que puso también un dinero para que los periódicos metieran más fútbol femenino a través de una publicidad que tenían que ir con este deporte. Por lo tanto, si pones una publicidad,

obligas al periódico a dar fútbol femenino para ganar ese dinero en publicidad. Al periódico le viene bien y además le estas dando cobertura a un deporte que hasta hace poco era prácticamente desconocido para la gran mayoría.

**H: ¿Y cómo valorarías la cobertura que le da el AS al fútbol femenino?**

**A:** Bueno, la verdad es que últimamente se está dando mucho. Es verdad que no solo al fútbol, sino que al deporte femenino en general se le está dando mucha cobertura. Una semana hay una central que también viene con publicidad de Iberdrola sobre el futbol femenino y sí que es verdad que cuando hay una noticia importante, como los 60.000, que fue un récord y que fue en portada tanto en AS como en *Marca*, lo cual creo que es un paso muy importante para el femenino. Además, creo que en el mundial se va a ver realmente la cobertura que le van a dar los medios de comunicación porque no hay ningún otro gran evento en el mundo más allá del Mundial femenino. Entonces, veremos si los periódicos siguen apostando por los Mbappés en vez de por la selección en caso de que llegue un poquito lejos. Seamos realistas, no le puedes dar una cobertura de un Mundial masculino porque no es lo mismo, pero si llegan a octavos de final o a cuartos y no abren periódicos, se verá realmente la implicación de los grandes medios para el fútbol femenino.

**H: Se verá si está siendo más bien por “postureo” o porque de verdad están apostando, ¿no?**

**A:** Exactamente, esa es mi teoría. Al final sí que es verdad que con el fútbol femenino no vas a abrir con el Atlético aunque gane la Liga a no ser que no haya absolutamente nada, pero cuando haya un Mundial, tiene que haber una noticia del estilo que el Madrid ficha a Mbappé para que no salga el fútbol femenino abriendo periódicos, tanto en portada como en primeras páginas. En el Mundial Sub-20 de Francia de este verano me mandaron allí a cubrirlo, lo que significa que hay un poco de implicación solo por el hecho de que pagas a un periodista para ir a cubrir el Mundial. Además, abrió el periódico. No fue portada porque fue plata, pero sí que abrió el periódico. Me refiero que cuando llegue el Mundial de verdad, si para abrir el periódico tienes que llegar a las semifinales, me parecería un poco mal.

**H: En AS, ¿en qué año se creó la pestaña de fútbol femenino en la web?**

**A:** Pues lleva muchos años. Isabel Roldán es una periodista que llevaba 20 años haciendo esta sección y fue mi maestra, porque he cogido su testigo. Ella llevaba un montón de años haciendo el femenino y luchando por que haya huequecitos, tanto en la web como en papel para el fútbol femenino. Pero yo creo que en la web de AS realmente comenzó a explotar hace 8 o 10 años. Antes tampoco estaba tan desarrollada, no sé si había pestaña porque yo, como periodista de AS, no tenía que meter nada en la web. Yo lo hacía para el papel y alguien lo metía en la web si era interesante. Ahora mismo, la web es casi más importante que el papel. Han cambiado muchas cosas en ese sentido e Isabel llevaba 15-20 años haciendo fútbol femenino y haciendo muchas entrevistas, mundiales... Todo lo hacía ella y ha luchado un montón para que haya sitio. No sé hasta qué punto había pestaña o no, pero sí que estaba especializada en este deporte.

**H: El fútbol femenino no es una de las secciones a las que más atención se le preste: en la Copa de la Reina, en algunos medios digitales redactaron 5 o 6 noticias, y de la copa del Rey se hacían un mínimo de 50. ¿Por qué ocurre eso? ¿Qué se puede hacer contra ello?**

**A:** Al final yo entiendo que el fútbol femenino todavía no tiene el tirón que tiene el fútbol masculino. Tampoco tenemos que volvernos locos, yo creo en la igualdad y tienes que ser consciente de hasta dónde llega la repercusión de tu deporte. Si miras la Copa del Rey de baloncesto, seguramente tenga también muchas menos noticias que el fútbol. Estamos hablando de un deporte masculino, de un deporte que está muy desarrollado, que ha ganado mundiales, y seguramente tampoco tengas 50 noticias, sino que habrán 8 o 10.

A eso me refiero con que, al final, la repercusión que tiene el fútbol femenino es la que tiene, que sí que va creciendo poco a poco, pero igual que si abres un estadio para una final de Copa, los aficionados se van a pelear por las entradas y va a haber cola para comprar las entradas, la temporada 2017/2018 en Mérida no se llenó el estadio, que es mucho más pequeño de capacidad respecto a los que suele llenar el masculino. Al final hay que ser conscientes de la repercusión de donde llega el femenino.

**H: ¿Crees que hay mucha diferencia entre la atención que merece el fútbol femenino y la que le dais?**

**A:** Sí que es verdad que la sección últimamente está creciendo mucho. Por ejemplo, últimamente las crónicas del Barça y del Atlético, que son los clubes que tienen más tirón, van en la parte de arriba de la web, y eso antes no se hacía. Antes tenías que tirar para abajo hasta la sección de fútbol femenino y allí las encontrabas.

Al final, si escondes el fútbol femenino allí, la gente no se interesará. Si lo tienes arriba y le das más importancia, la gente lo ve de primeras, porque está al principio de la web. Esas son las cosas que ayudan, por lo tanto, sí que se le va dando un poquito más de importancia.

Sí que es verdad que últimamente las contraportadas son todas mujeres, ya no solo de fútbol, sino mujeres deportistas. Se busca que tenga algo que ver con el deporte, tanto como futbolistas como en cualquier otro deporte. Eso hace que vaya ganando poquito a poquito. Quizá sí que es verdad que el crecimiento es demasiado lento, pero para la repercusión que tiene el fútbol femenino, sí que se le está dando espacios. Al final hay que ser conscientes de que hubo 60.000 aficionados en el Wanda, pero la media del mejor equipo de la Liga Iberdrola son 900, en unos estadios donde cabe mucha menos gente. Es muy bonito ir al Wanda a apoyar a tu equipo, pero después de normal vienen 600 de media. Entonces, por mucho que los medios les quieran dar importancia, esa importancia tiene que venir también con la repercusión que tiene sobre los aficionados, y muchas veces no tiene quizá tanta repercusión como nos gustaría.

**H: Las redes sociales son una de las partes más críticas del periodismo hoy en día. ¿Os habéis sentido presionados de alguna forma por los usuarios para que escribieseis más sobre el fútbol femenino?**

**A:** No. Sí que es verdad que en Twitter hay críticas por cualquier cosa, da igual lo que escribas que alguna te puede caer. Al final, hay gente que nos hemos preocupado, que hemos hecho cosas por este deporte y que lo hemos publicado en las redes e igual nos hemos llevado algún que otro palo porque hubiese algún fallo. Porque somos humanos y yo no nací sabiendo de fútbol femenino, llevo haciéndolo 4 o 5 años...



Pues hay cosas que se me escapan como se le pueden escapar a cualquier otra persona. Pero como te equivoques en algo, te puede caer una... Para ponerte un ejemplo, yo tenía una compañera que hizo una noticia y al escribir se equivocó y en vez de escribir Meseguer con una S lo escribió con dos S y le cayó la mundial porque decían que no sabía del fútbol femenino. Con eso vengo a decir que, si alguien se preocupa y gasta su tiempo en escribir sobre algo, y lo que recibe son hostias, al final lo que vas a decir es “¿para qué escribo si al final, si me equivoco en algo, me voy a llevar palos”? Entiendo que esta chica mañana no quiera escribir y piense “por qué voy a gastar mi tiempo en escribir noticias del femenino si puedo hacer otra cosa, que tengo más experiencia en ese tema y no me van a dar palos”.

Hay gente que critica mucho y otra gente que por privado te dice “te has equivocado en esto...” y tú lo agradeces y lo cambias en un momento. Creo que el fútbol femenino es un campo donde solo son 1 o 2 especialistas en los grandes periódicos y el resto prácticamente no saben sobre él. En cambio, de masculino sabe todo el mundo. De fútbol femenino sabemos los que sabemos y el resto lo intenta, y se nos puede dar mejor o peor.

**H: ¿Cuáles dirías que son las claves para que el fútbol femenino se siga desarrollando para que siga como hasta ahora?**

**A:** Bueno, yo creo que seguir consiguiendo que tenga espacio en la televisión, sobre todo a la hora de retransmitir partidos; que grandes estadios abran hace que los aficionados se animen a ir a verlas, aunque después la realidad sea otra, pero quizá la gente que nunca ha ido se anima a ir y se engancha un poquito; y el ir paso a paso. Al final, durante muchísimos años se ha luchado mucho por el fútbol femenino y el crecimiento ha sido muy lento, y de 3 años para acá el crecimiento ha sido exponencial. Creo que no tiene que parar ahí, debe seguir creciendo y buscando las mismas técnicas que se han utilizado.

El hecho de que grandes clubes tengan su sección femenina ayuda, ojalá el Real Madrid hiciera la sección femenina porque eso sería ya el bombazo para que el fútbol femenino español diese un petardazo de verdad, porque un Barça-Madrid, da igual de qué sea, va a llenar. Lo va a ver todo el mundo. Un Barça-Madrid de baloncesto lo ve todo el mundo, pues imagínate un femenino con un Barça-Madrid, que creo que es lo

que le falta un poco al fútbol femenino español para poder llegar al resto de la afición española. Sí que es verdad que la gente del Madrid se siente un poco huérfana.

**H: Un Barça-Madrid en el Camp Nou o en el Bernabéu sería la bomba.**

**A:** Claro, pero estamos hablando de que, por ejemplo, la mejor entrada del Barça en toda la temporada de este año en el Mini Estadi han sido de 5.000 personas en el otro día en la Champions.<sup>140</sup> Cuando se enfrentó al Atlético, vinieron menos de 5.000 espectadores... Al final es una realidad, falta mucho para que llegue a ser lo que es el masculino, y creo que va a ser muy difícil alcanzar al masculino porque, por ejemplo, tú no ves un partido del Betis masculino donde haya menos de 15.000 o 20.000 espectadores. Entonces hay que ir poco a poco y seguir paso a paso y que se impliquen equipos como el Madrid, que eso sí que ayudaría un montón y que todo lo que se ha hecho hasta ahora no se tire a la borda por culpa de peleas entre federación, liga, control de quién tiene los derechos, etc. Cuando se deja de remar todos en la misma dirección, no se tira para adelante.

**H: ¿El objetivo final del fútbol femenino sería llegar a equipararse al fútbol masculino o al nivel del femenino de otros países europeos como Alemania?**

**A:** Yo creo que hoy en día el fútbol femenino no se tiene que poner techo, tiene que aspirar a llenar los grandes estadios cada fin de semana, porque hay una afición, hay un nicho de personas que antes no conocían este deporte pero que les está empezando a gustar, y sobre todo, que las deportistas sean profesionales, que puedan dedicarse solo al fútbol y a cuidarse para ser futbolistas... Estoy segura de que el nivel de las jugadoras va a mejorar, el espectáculo va a ser mejor y va a ir más gente a verlas. Hay que ser realistas y ves partidos de primera división entre equipos de la zona baja y está al nivel de 2aB o 3a masculina. No es lo mismo de ver un Atlético-Barça, que son jugadoras muy buenas. Hay que ser conscientes de que todavía hay mucho camino por recorrer. Creo que han de seguir por el mismo camino intentando no ponerse techo e intentar llegar a lo máximo. Ojalá el día de mañana se pueda abrir el Camp Nou y se llene, y el Bernabéu... Pero si piensas que mi techo está a medio

---

\* En el moment de fer l'entrevista encara no s'havia jugat el partit de semifinals de la Women's Champions contra el Bayern de Munic al Mini Estadi, on van acudir 12.764 persones.

camino, pues te quedarás ahí. Creo que hoy en día, el fútbol femenino no se puede poner techo y debe aspirar a lo máximo.

**H: Ya para acabar, si tuvieseis que hacer autocrítica en vuestro periódico, ¿qué crees que estáis haciendo bien y qué crees que estáis haciendo mal? ¿Qué podéis mejorar?**

**A:** Creo que se está haciendo bien la cobertura, está siendo buena tanto en televisión como en periódicos y en webs. Es cierto que en radio dan los resultados y poco más, quizá en programas especializados sí, pero de normal no retransmiten los partidos del femenino. Entonces, quizá hacer un equipo más dentro de los carruseles creo que sería una cosa más que deberíamos mejorar. Y sobre todo el hecho de equiparar la información para que no sea novedad que se abra un gran estadio o que estén las noticias en la parte alta de la web. Creo que hoy en día es noticia y no debería serlo y en eso deberíamos mejorar: que sea normal. Y también, personalmente, una cosa que critico mucho es que se hable de la igualdad, pero que en el programa que te he comentado antes de televisión solo había mujeres comentando y presentando el fútbol femenino. Las mujeres nos hemos quejado durante años que no teníamos espacio en los programas de fútbol masculino y ahora en el femenino se está excluyendo al hombre, tanto en los árbitros, porque solo arbitran mujeres, lo cual me parece mal porque la discriminación positiva está bien, pero al final no estás teniendo los mejores árbitros para tu primera división femenina. Estás obligando a que sean mujeres solo por el hecho de que sean mujeres, lo cual no me parece bien en ningún sentido. Muchos periódicos o radios obligan a que esa información de fútbol femenino la den las mujeres y considero que tampoco se debe hacer que este deporte sea solo una cosa de la mujer, creo que tienes que implicar al hombre para que realmente crezca. Y eso significa que, igual que las mujeres nos hemos quejado durante años de que no nos dejaban espacio en el fútbol masculino para comentar y opinar, ni para escribir ni para nada, ahora le estamos haciendo lo mismo al hombre.

## **2. ENTREVISTES A PROFESSORS**

### **2.1. Josep Maria Blanco**

Josep Maria Blanco és professor de Periodisme Esportiu en la Universitat Autònoma de Barcelona, a més d'haver estat investigador de la Comunicació durant més de 20 anys. Gràcies al fet que ha estat el professor que m'ha impartit l'assignatura de Periodisme Esportiu, vaig poder tenir una entrevista amb ell després d'una classe.

#### **Josep Maria Blanco**

**Helena: Com veus el futbol femení a Espanya?**

**Josep Maria:** Veig que està en una evolució positiva, sobretot perquè també hi ha l'interès de clubs potents, que també donen suport a les seccions femenines. A més, aquestes entitats fortes i potents veuen també que el futbol femení el que fa és projectar la imatge d'aquests clubs a l'exterior per aconseguir èxits esportius, com pot ser el cas del Barça. També porten fitxatges de fora, i això ajuda a la pràctica general d'aquest esport. És com un iceberg, el futbol femení fa molt de temps que es juga i també hi ha hagut fórmules híbrides. Compte, això no vol dir que es produeixi un maltractament. No és la millor de les situacions però finalment, s'ha vist la possibilitat de donar suport al futbol femení i jo crec que ara doncs s'està molt millor que fa 5 anys.

**H: Fórmules híbrides?**

**JM:** Per exemple, en l'esport escolar es permetia que hi haguessin equips formats per nens i per nenes. De vegades pensem només en el futbol de competició i d'elit però on s'instauren els valors i les possibilitats que greuges comparatius entre gèneres i entre pràctiques esportives és també a l'etapa formativa. Això passava, per exemple, en l'àmbit d'esport escolar, quan hi havia aquestes hibridacions de nens i nenes. Aleshores, en aquests àmbits també s'ha estat treballant una sèrie de qüestions que a la llarga han de redundar en què es normalitzi molt més el que, malauradament,

sembla una cosa curiosa. Sobretot en aquest país, perquè en altres països el futbol femení és una cosa molt normalitzada des de fa molt de temps.

### **H: Pels mitjans de comunicació és rentable el seguiment del futbol femení?**

**JM:** Depèn del que es busca. Si es busca el benefici econòmic a curt termini, la resposta és no. Si es veu com una inversió de futur a mig-llarg termini, la resposta és sí. Els mitjans jo crec que s'obcequen en l'esport espectacle i s'obliden que la pràctica esportiva són moltes més coses que generen interès a molts grups diferents de la societat.

Les dones sempre han estat un públic maltractat en els mitjans de comunicació i, aleshores, jo crec que també ha mancat una cultura de la igualtat de valors i gèneres en els mitjans de comunicació. L'àmbit esportiu s'ha considerat sempre molt masculista i és difícil que la sensibilitat de les persones que gestionaven els espais dels mitjans anessin derivant cap a prestar atenció a altres sensibilitats, no només la femenina, sinó altres sensibilitats que no donessin rendiments econòmics tan elevats com el futbol. Per això hi ha maltractament d'altres modalitats esportives que es realitzen aquí però que no tenen la sort de ser futbol, com pot ser el rugbi o de l'atletisme, ja que ens recordem dels atletes quan guanyen medalles.

Els esports haurien de ser rendibles a escala social i mediàtica, si són sensibles amb el que interessa en la societat, com pot ser divulgar pluralisme, valors, la pràctica de l'activitat física sense la competitivitat malsana doncs crec que estaria molt bé. Malauradament, crec que els mitjans de comunicació, que ara estan passant per una greu crisi econòmica, parlen el llenguatge dels diners i ja veiem que qui domina i marca el que ha de captar l'atenció són les cases d'apostes, que acostumen a posar la mirada en els esports d'elit, com és el cas del futbol. Això fa que aquesta deriva faci que altres modalitats esportives tinguin menys cabuda.

De què depèn això? Doncs jo crec que depèn de la sensibilitat generalitzada, que no s'ha cultivat. Però vull creure que de mica en mica s'està llaurant per fer que les mires siguin més amables i generoses amb tot el tipus de pràctica esportiva. Però vaja, els mitjans de comunicació que viuen de la subscripció o de vendes, doncs lògicament

els és molt difícil dedicar espai a esports que no generin un benefici econòmic o publicitari. Crec que encara queda una mica.

**H: Creus que som els mitjans de comunicació qui han d'inculcar aquest interès o és la societat qui ha de mostrar interès i, arran d'això, que els mitjans s'impliquin més?**

**JM:** Jo crec que si un té ganes de servir a la societat, el que ha de fer és ser sensible amb el que la societat fa. Sovint, les modes importades, en termes de fórmules de negoci i de continguts, creiem que funcionen en altres àmbits. Però la gent fa coses diferents a diferents llocs. Jo crec que s'ha d'estar molt sensibilitzat amb el que a la gent li agrada.

La gent s'ha adonat que córrer els hi agrada i ara fa uns 7-8 anys que hi ha hagut un auge en totes les modalitats de cursa. Això ha fet que hi hagi molta activitat d'aquestes característiques pel carrer. Els mitjans han de ser sensibles amb aquestes sensibilitats. La gent acaba generant, atès que s'han empoderat de les facilitats que genera la digitalització, els seus propis mitjans de comunicació perquè se senten desatesos. Si això els mitjans no ho saben veure, estaran perdent una possibilitat de guanyar unes audiències tractant-les bé amb els continguts que els interessa.

Hi ha per exemple els qui ho saben veure, com *RAC1*, que dedica un espai de ràdio als ultra esports perquè s'adonen que hi ha una gran part de la població que els hi agrada aquest tipus de competicions i que si es desatenen, no els tindrà ningú ni ells tampoc. Llavors és una manera de cultivar aquesta atenció cap al mitjà i de servir la societat és ser sensible en les coses que fa la gent en l'àmbit esportiu dotant-los d'un espai per informar-los de tot això i que no tingui a veure amb els esports d'elit.

**H: Quin paper creus que han tingut els mitjans de comunicació en aquest auge del futbol femení en aquests últims anys?**

**JM:** Jo crec que Espanya va molt a remolc del què hauria de ser una cosa natural i una tendència que a la resta de països d'Europa té una trajectòria molt important i té molts seguidors en el futbol femení. Aquí sempre s'ha anat al darrere des de fa temps,

i ara resulta que s'adonen que també hi ha competicions europees on juguen grans equips i els espanyols no hi són. "No està el Barça, no està el Madrid, això no pot ser...". I ara de cop i volta s'hi estan posant. I després, darrere d'això, s'adonen que també hi ha un públic masculí i femení que està interessat en seguir aquests continguts. Jo crec que el problema que hi ha hagut és una manca de sensibilitat cap a una cosa que era evident que s'havia de prestar atenció, que és una pràctica en augment del futbol per part de les dones en àmbit federat. No passa solament en el futbol, passa també en altres coses. Però vaja, aquí tenim aquesta forma de funcionar. En natació sincronitzada, no se li va fer cas fins que no van començar a guanyar. Aquí sempre s'ha anat en general amb molt temps de reacció. És una cosa amb la qual s'ha hagut de conviure en aquest país. No sé si és cultural o què, però està clar que si tu mires en altres països, està clar que el futbol femení té el seu espai, els seus clubs i té molta afició.

#### **H: Per què Espanya va a remolc?**

**JM:** Perquè la iniciativa empresarial mediàtica vinculada a qualsevol àmbit, però ara específicament en l'esport, és covarda. S'arrisca poc i aposta sobre segur. Apostar pel futbol femení no és apostar sobre segur. Aquí tenim un problema, i és que existeix el futbol i tota la resta. Aleshores, el futbol és un negoci que genera molts diners i els mitjans de comunicació van darrere de les audiències i dels diners. I els hi falta aquesta capacitat d'apostar pel tractament d'altres esports amb normalitat, perquè és escandalós obrir un diari o un informatiu i veure que un alt percentatge de pàgines estan dedicats no només a una competició, sinó a un club. Això el que fa és treure-li espai a que es puguin explicar coses d'altres modalitats esportives, i jo crec que això és una manca de visió empresarial per arribar a més públics però m'imagino que ells fan servir arguments com que "és millor tenir una audiència garantida que no perdre-la perquè apostem per altres públics i altres audiències".

**H: Nosaltres com a periodistes, quines mesures podem prendre perquè aquest interès augmenti?**

**JM:** Primer, comptar amb el suport dels docents que fan assignatures com aquestes. Nosaltres sempre ho hem procurat, des que aquesta assignatura està en marxa, una de les coses que s'ha de fer és treballar per evitar aquest greuge i aquest masclisme que existeix en les redaccions. No només en els mitjans esportius, sinó de tots els mitjans en general. El masclisme és un problema en aquest país. Hi ha hagut una dupla que s'ha utilitzat sempre, i és la de considerar que la pràctica de l'esport és masculina, com aquest pensament de què el futbol és una cosa d'homes. Vulguis o no, això és un sentiment que està instal·lat i que ha anat promovent un recanvi de professionals en els diferents mitjans que era poc permeable de cara a la incorporació de la dona normalitzada, però compte, en la pràctica de l'esport també passa això. Els propis esportistes també han sigut fills d'aquest masclisme que s'ha treballat durant tot el franquisme, i ara jo voldria creure que es comença a veure d'una forma més normal que les dones puguin anar a preguntar coses en els homes. En els Estats Units deixen entrar en el vestidor, però aquí encara és una mica complicat.

Què crec que es pot fer? Doncs crec que s'ha d'intentar fer com una taca d'oli, anar escampant el suport amb persones compromeses amb els valors en la igualtat de gènere i totes aquestes coses per fer que aquest suport que hauria de tenir el futbol femení o qualsevol modalitat esportiva, sigui d'home o de dona, vagi aflorant i vagi diluint. El problema no és que vagi aflorant, sinó que el gran pes que continuen tenint els esports de sempre masculins, doncs que vagin rebaixant aquest imperi que tenen. Jo crec que això començarà a passar quan vosaltres, amb el suport de gent que us ajudi, doncs anem entre tots fent adonar-se als mitjans de comunicació més tradicionals que ja s'ha acabat aquest domini d'un gènere per damunt d'un altre. A més a més, la mirada masclista, sovint, impulsa un comportament que en el terreny de joc s'identifica amb l'ombria i que és dolent per la formació personal humana, perquè moltes vegades s'associa amb la lluita, l'agressió... El que s'hauria de fer és que ni els nens ni les noies des de ben joves, en la pràctica del seu futbol femení, s'intoxiquin d'aquest problema perquè el joc ha de ser net, hi ha d'haver *fair play*, etc.



Aleshores no sé com fer-ho, jo crec que amb el suport de mola gent que aprofiti qualsevol oportunitat per criticar aquests greuges o aquest masclisme que es desenvolupa en els diferents àmbits on es practica l'esport. Jo crec que és de mica en mica anar guanyant drets... És difícil però s'ha de fer. De manera organitzada, les dones periodistes podeu fer pressió, també organitzant-vos i posant en evidència certs comportaments i certes coses perquè el moment en què això passi, doncs la gent dirà "ostres, s'està cometent una injustícia i necessita una revisió". Heu de mobilitzar-vos per posar en evidència que hi ha coses que estan passant que no hauria de passar, tant pel que fa a la pràctica de la vostra professió i per poder informar amb normalitat de modalitats com el futbol femení.

**H: Per tant, és qüestió d'un canvi amb els mitjans de comunicació i també en la societat, no?**

JM: Sí, en teoria. Als nois se'ns ha d'educar perquè jo vull creure que el model està canviant. Vull creure això però no és així perquè, per exemple, les condicions laborals no són les mateixes per un home i per una dona. Jo crec que és un problema que està instal·lat en les estructures i s'ha de destruir les estructures malaltisses. Però hi ha molt de reaccionari ocult i profund que el veiem quan un poble vol manifestar el seu dret a fer coses. Aleshores és quan surt aquesta reacció per intentar eliminar el que fins ara era una situació de control, perquè pensen "Clar, jo no tenia problemes fins ara, però què m'estan dient, que una dona ha de venir a fer el Barça?". Llavors això ho fa trontollar tot, però s'ha de treballar perquè això trontolli.

**H: Què és el que porta a fer que, per exemple, en la final de la Copa de la Reina s'escriguin unes 5 notícies i de la Copa del Rei en facin 50? Què es pot fer perquè pari?**

JM: El problema està en la manca de sensibilitat dels responsables de les seccions i els mitjans de comunicació. Per exemple, si una persona se sent sensibilitzada amb aquesta qüestió, arribarà a un mitjà i l'intentarà transformar, perquè hi haurà coses que veurà que no estan bé. També cal assumir riscos: si no hi ha aquesta sensibilització creada, és difícil que una persona digui "No, les coses ja estan bé com

estan". No, es que s'ha de canviar i s'ha de transformar, perquè ja hi ha desigualtat i injustícies. Aleshores, si hi ha una persona que té aquesta capacitat, probablement traduirà aquest canvi, perquè voldries que les coses canviessin.

El que falta és que aquestes persones sensibilitzades arribin a ser responsables de gestió de continguts o de mitjans de comunicació perquè les desigualtats s'aboleixin. Tant d'homes com de dones. Hem de confiar que de mica en mica hi haurà gent que arribarà, que estarà sensibilitzada amb això i que digui que han de fer més coses de futbol femení. Però pensa que això abans era impensable. Fa uns anys potser només apareixia un breu. A les Copes de la Reina, a part de l'hoquei i tot això, quin espai li han donat? Per tant, passa amb tot allò que no és futbol i a més amb el que és practicat per dones encara més. És així, però és la meva percepció a partir de l'anàlisi que jo faig de la situació.

**H: Si s'hagués de fer autocrítica, quines coses creus que s'està fent bé i quines està fent malament el periodisme envers el futbol femení?**

**JM:** Una cosa bona seria començar a prestar atenció, i donar espais a retransmissions de partits... ara tocava buscar bona audiència. Sembla que s'està prestant una miqueta més d'atenció. Empoderar també la pràctica de futbol femení, que hi hagi també una lliga competitiva, que les dones, si es volen fer professionals, guanyin també el mateix que els homes... aquest tipus de coses que són com una utopia.

Una cosa dolenta que s'està fent seria, de nou, obsessionar-se a donar atenció només als clubs importants, que són el Barça i l'Atlético de Madrid. El futbol que es jugui a qualsevol equip d'Andalusia també s'ha d'empoderar i que el Betis tingui un tractament interessant també, per exemple. Tenim la tendència a caure en els principals equips i crec que no s'ha de caure en aquesta trampa. El que interessa és comentar la pràctica de l'esport femení a tot arreu. Si tu aprofites qualsevol circumstància per fomentar el futbol a Gandia, per exemple, doncs endavant el Gandia i potser arriba a tenir un equip de futbol femení. Aquelles localitats que no tenen un equip de futbol masculí poderós sovint troben en altres modalitats esportives la possibilitat de projectar el nom de la localitat o projectar-se com a societat en la primera línia de la pràctica d'un esport. Per

exemple: l'handbol, hi ha molts equips que no tenen equip a futbol però sí que el tenen a handbol, a futbol sala... Doncs potser el futbol femení podria fer una cosa similar, buscar l'arrelament i aprofitar-se d'aquesta tendència dels "equips de les grans ciutats" i tot això per buscar la consolidació i el suport en aquella zona. Potser mai no tindran un gran equip de competicions en el futbol masculí però sí el poden arribar a tenir en el femení. Això seria una manera de fer una inversió subtil i arribaria un moment en què, de mica en mica, hi hauria una pràctica tan estesa que arrelaria. Per exemple: el Salamanca de bàsquet. Seria tot plegat una tècnica perquè s'estengués com una taca d'oli.

**H: Creus que l'aposta pel futbol femení per part dels mitjans i dels clubs, és una aposta real o és una aposta més per posar-se la medalleta?**

**JM:** Els directius diran que ells creuen en el futbol femení, abans no li feien cas però ara de sobte sí que li presten atenció. Perdona, però a mi em dona la sensació que no podem deixar de tenir en compte una cosa que està en auge i que, a més, ens pot aportar un benefici perquè si captem aquesta audiència, també la tindrem amb nosaltres. Aleshores, jo crec que també sobretot es veu com una oportunitat de negoci, però queda molt bé dir que "prestem atenció a l'auge del futbol femení perquè volem normalitzar". Jo crec que és per dir que són sensibles amb el tractament del futbol femení però també perquè està pujant i llavors clar, si perden la possibilitat, sempre aniran a remolc.

**H: En aquest aspecte, el Real Madrid ho està fent malament, no? Perquè està perdent una oportunitat que podria ajudar molt al futbol femení.**

**JM:** Sí. El Madrid com a club és una figura mediàtica molt important i podria ajudar molt. Estan badant i no serà perquè no tenen diners. El Madrid té el futbol i el bàsquet i ja està, perquè cada cop ha anat tancant més seccions. L'Atlético de Madrid també ha anat tancant cosetes. Aquests grans clubs, si de veritat volen treballar els valors, haurien de pensar a fer les seves seccions en femení, o com a mínim donar-les poder. Quina por poden tenir? La de no aconseguir èxits? En canvi, el Barça té picardia perquè veu una oportunitat i obra una nova secció, i per això tenen el futbol sala,

l'handbol, el rugbi... Va obrir seccions i les ha mantingut. Fins i tot, ha apostat per fer un equip d'e-Sports.

**H: Per acabar, creus que alguna vegada el futbol femení podrà arribar a tenir un nivell de repercussió similar al del masculí?**

JM: A mi m'agradaria que sí. Jo no sé si ho veuré, però jo crec que arriba un moment que les dones han de tenir els seus propis mitjans, perquè és la manera que vosaltres tracteu bé allò que us interessa. No seria més masclista que el que fan els homes, però tindríeu una visió més amable. Si heu d'esperar que els mitjans especialitzats tractin bé l'esport femení, serà difícil. Al final arriba un moment que la gent s'organitza i el que els hi agrada els esports de muntanya doncs es fan les seves pròpies webs.

Jo crec que el que estaria bé és que les dones lluitéssiu amb les mateixes armes que es lluita en els altres mitjans per donar-vos l'espai que convé per explicar les coses que interessen a tot el públic, però oblidant la mentalitat masculina. Vindria amb una mentalitat de repartir, de fer igual i de no generar greuges. Aquí, com que sempre estem mirant cap a fora i copiant, quan Alemanya, Dinamarca, Holanda, i aquests ho facin, a partir d'aquí la cosa ja pot començar a canviar. Perquè a qui li agrada el futbol, voldrà veure futbol, el practiquin nens, dones o qui sigui. Fins que no ha arribat aquesta sensibilització a la FIFA, doncs ha costat aquest canvi.

Jo crec que hi haurà un abans i un després en uns grans esdeveniments d'aquestes magnituds protagonitzats per dones. Quan acabi el Mundial, a veure quins canvis fan els mitjans, perquè si és un esdeveniment que es fa cada 4 anys, la gent l'esperarà. Aleshores, es genera gran expectativa i les seleccions voldran estar. Si les seleccions volen estar, les federacions apostaran perquè és un aparador i tothom vol estar en els aparadors. Jo crec que pot ser un revulsiu important.

## **2.2. Ernest Macià**

El segon professor entrevistat va ser l'Ernest Macià, periodista de la secció esportiva de Catalunya Ràdio des de 2004 i col·laborador de mitjans internacionals com la BBC o la CNN. A més, és professor de l'assignatura Dimensió Internacional de l'Esport del Màster de Comunicació Esportiva en la Universitat Ramon Llull. L'entrevista es va realitzar a un bar del barri de Gràcia de Barcelona.

### **Ernest Macià**

**Helena: Com a periodista, com veus el futbol femení a Espanya?**

**Ernest:** Està creixent molt fort, sobretot perquè comencen a haver-hi espònsors que hi creuen, han vist que hi ha un filó per explotar, que hi ha negoci per fer, perquè el futbol és un fenomen global en homes, i en dones el terreny està completament per construir. Iberdrola, què és una empresa energètica, està fent una aposta molt gran per l'esport femení. Més enllà de la lliga de futbol, també estan apostant per altres esports femenins i van arribant nous espònsors. Llegia que Adidas també té la intenció de pujar el que cobren les seves esportistes i equiparar-ho als homes. Per tant, s'han adonat que encara que no tingui el mateix retorn, perquè de moment és més seguit l'esport masculí i es venen més entrades i els drets de televisió són més cars, sí que defensa un valor. Aquesta aposta és estratègica per marques grans que no depenen del retorn que els hi pugui donar això, sinó que és una aposta de marca que és relativament barata. És a dir, és esport i l'esport és car, no té retorn, però és relativament barat. L'esport femení encara no té el mateix nivell que el masculí en qüestió d'entrades, drets televisius, etc.

Per tant, és una aposta creixent. Ens trobem que ja hi ha el Barça, l'Atlético de Madrid, que hi va havent grans clubs i falta el Madrid. El Real Madrid no acaba de fer la aposta, el Madrid que hi ha no pertany al Real Madrid, sinó que és un senyor que té diners allà i que ha decidit crear el Madrid Club de Futbol, però no és el Real Madrid encara. El Florentino de moment és reticent a fer-ho, però quan vegi que tothom hi aposta, doncs tirarà endavant. Això ja no té marxa enrere.

**H: Creus que és rendible pels mitjans de comunicació fer seguiment del futbol femení?**

E: Sí. Jo crec que pel que fa a la imatge indiscutiblement, la Champions té cada vegada més interès, encara hi ha pocs equips, potser 5 o 6, d'aquells que dius que poden guanyar la Champions, però jo crec que això anirà amunt de mica en mica. A més, hi ha una cosa interessant i és que els esports masculins cada vegada són més en tancat i, per tant, només les televisions que tenen drets poden fer el futbol i el bàsquet i tot això. Hi ha altres esports com l'hoquei masculí i femení, com l'handbol femení... Hi ha Canals 24H com Teledeporte o Esport 3 que necessiten cobrir. Llavors aquests esports que estan creixent i que cada vegada tenen més interès els poden interessar. Per tant, el que els altres han deixat lliure ho aniran ocupant aquests de mica en mica. No és el mateix impacte, però anirà tenint impacte.

**H: Creus que som els mitjans de comunicació qui han d'inculcar aquest interès o és la societat qui ha de mostrar interès i, arran d'això, que els mitjans s'impliquin més?**

E: Hauria de ser un moviment similar en les dues direccions però penso que seran primer els mitjans qui estan fent aquest pas, perquè els mitjans veuen un producte. Com que ho veuen com un producte i veuen que cada vegada s'està professionalitzant més l'esport i això també atrau, doncs estan apostant i això portarà més gent als camps.

De fet, l'altre dia en un partit de bàsquet a la pista de l'Estudiantes es va omplir el pavelló, que normalment és pavelló de l'Estudiantes i del Madrid de bàsquet i que difícilment s'omple, tot i que registra bones entrades, més d'11.000 normalment. L'altre dia per un partit de bàsquet femení de Segona Divisió van assistir 13.500 persones, no sé exactament que va passar. Algunes vegades l'Atlético de Madrid juga al Wanda Metropolitano o l'Athletic de Bilbao juga al San Mamés... De mica en mica es va agafant consciència, les entrades per anar al camp són més barates... Només pot anar amunt.

La gent s'ha d'educar i s'ha de mentalitzar que no es pot comparar el masculí i el femení. Aparentment el futbol masculí és més ràpid, és més fort, és més vibrant, el

femení encara tècnicament no són tan bones perquè no són tan professionals, però a mesura que es vagi professionalitzant guanyarà interès. Jo crec que l'error seria comparar un esport amb l'altre, són coses diferents. És com el tenis femení, per mi el tenis femení és una cosa i el tenis masculí és una altra. A mi personalment m'agrada més el tenis femení perquè hi ha més intercanvi de cops. En el tenis masculí de vegades els cops són molt curts perquè hi ha molta força. Per tant, el futbol femení és una cosa diferent, que la gent ho vegi dins del que és futbol, però que aprengui a valorar-ho per sí mateix, no en relació a l'altre, perquè en la comparació de moment hi sortirà perdent.

**H: Has dit que s'hauria d'educar a la societat. Què podem fer des dels mitjans de comunicació?**

**E:** Primer, s'ha d'aprofitar el moviment de base que hi ha en relació al feminisme i el paper de la dona amb l'equiparació en tots els àmbits. Penso que en l'actualitat s'està vivint una oportunitat fantàstica i penso que els mitjans de comunicació només s'han de deixar portar perquè la societat va cap aquí. Després, veure una oportunitat de negoci. No ens enganyem, si la cosa surt rendible o si veus que hi ha interès, doncs els mitjans aniran segur. I la tercera seria la involucració de les grans corporacions, és a dir, que siguin també les marques les que s'anuncïïn als diaris. Iberdrola paga pàgines als diaris per anunciar la seva aposta per la lliga Iberdrola i això possiblement també genera més impactes i la gent està més a l'aguait. Llavors els èxits esportius dels equips d'aquí, per exemple, si el Barça és capaç d'arribar a la final de la Champions creixerà molt l'interès i, automàticament, si a Madrid veuen que això té un impacte... Estic segur que si el Barça arriba a les Semis de la Champions i juga el partit decisiu per arribar a la final, ompliran el Mini Estadi, no en tinc cap dubte.

Llavors es basa en aconseguir fites i professionalitzar-ho tot: l'entorn, el seguiment, els mitjans de comunicació... Al final són les marques que han funcionat tota la vida: Barça, Madrid... Són marques conegudes, només cal canviar els rostres i aprofitar la imatge de les dones fent coses que fan els homes.

**H: Aquest moment mediàtic del futbol femení, ve arran de la Lliga Iberdrola o ve d'abans? Quan diries tu que els mitjans fan un pas endavant?**

**E:** Jo crec que es fa el pas endavant quan comencen a entrar equips coneguts com el Barça, l'Atlético de Madrid, l'Athletic de Bilbao, etc. I sobretot quan la UEFA i la FIFA comencen a fer coses per donar-hi una mica d'importància.

Què ha passat? Que la UEFA i la FIFA han vist que els clubs s'associaven i feien la Champions. La Champions League la controla la UEFA i hi ha una part del pastís que no està explotada, la de les seleccions. "Perfecte, doncs creem competicions de seleccions. Ara s'han inventat el Mundialet del Joc de les Nacions, que ja representa un altre tros de pastís del negoci. Què més ens queda? La Champions Junior. Ara el Barça estava jugant un torneig de Champions de categoria juvenil. Què més queda? Ostres, les dones! Anem a potenciar això". En el fons és negoci i estan veient que hi ha un filó per explotar i, a més, s'ajunta el moviment de les dones en ascens. En el tennis funciona, en el voleibol de platja funciona...

Hi ha esports on l'esport femení pot estar a dalt. El bàsquet femení als Estats Units funciona, doncs perquè no pot funcionar una lliga europea o mundial de futbol femení amb un bon model de negoci abanderat per la UEFA i la FIFA? Clar que pot funcionar, si el futbol es ven pràcticament sol, té una pràctica social molt gran. Per mi, és el moment en què els grans clubs comencen a fer els seus equips i quan la UEFA i la FIFA comencen a crear estructures que la cosa ja va sola.

**H: Cap a quin any diries, llavors?**

**E:** No fa gaire. Farà 5 o 6 anys d'això, és bastant recent. Potser ja fa més anys que hi ha Barça femení però que s'ha professionalitzat d'aquesta manera farà uns 5 anys, i des que estem veient que el Barça ja va a per totes potser ja fa 3 anys.

**H: Què creus que estem fent bé i malament els periodistes envers la cobertura que li donem al futbol femení?**

**E:** Les inèrcies, és a dir, Barça? Cap allà que anem. Ja està, no ens trenquem el cap en parlar d'altres coses com bàsquet o algun altre esport, a no ser que passi alguna cosa molt gran. Per tant, el futbol femení de moment no hi entrava. Però clar, sense



revisar les inèrcies s'estan adonant que hi ha Champions, Barça i futbol. Ostres, què és això? És important, per molt que sigui dones o juvenil, no? I ja està, de mica en mica anant empenyent.

Ara es fitxen jugadores que cobren més. El Barça fitxa a la millor jugadora del món fa dos anys, la Lieke Martens. Per tant, cada vegada es jugarà millor i s'anirà millorant. En un món on hi ha tanta oferta de tot, des del Netflix fins al cinema tradicional, el que ven són els productes que la gent pot identificar fàcilment, què és el futbol de màxim nivell. I què és el futbol de màxim nivell? Doncs hi ha el futbol masculí i el femení, perquè el futbol de segona ja no és el màxim nivell, ja en té un per sobre. Per tant, la *crème de la crème* del futbol femení? Doncs la Champions femenina o la Lliga espanyola.

A més, hi ha una cosa que és la competència entre dos equips, com són el Barça i l'Atlético de Madrid, i fa uns anys hi havia l'Espanyol i Athletic de Bilbao. Per tant, hi ha una competència real on no hi ha un equip que guanya sempre. Totes aquestes coses conflueixen i com que els periodistes veuen que hi ha una rivalitat, doncs de mica en mica es va donant interès i es va prestant atenció.

**H: En la final de la Copa de la Reina de la temporada 2017/2018, alguns mitjans van publicar unes 5 o 6 notícies, mentre que de la Copa del Rei es van publicar més de 50. Per què passa això?**

**E:** Tu vas al camp i ho veus. L'esport masculí encara genera més interès i els diaris, evidentment, el que han de fer és intentar vendre diaris. Per tant, si els parles d'alguna jugadora de futbol, la gent no sabrà qui és i quan ho vegin passaran d'això, perquè no identificaran. En canvi, veuen un nom com Garbiñe Muguruza i la gent es queda.

És qüestió de temps, i la bona part és que el futbol està creixent sense ser a costa de l'exhibició física de la dona, tal com ha passat al tennis o al voleibol platja, o al bàsquet femení que fa uns anys volien vestir a les noies d'una determinada manera i es van quadrar i no ho van acceptar. Per tant, el que s'intenta és vendre Barça i Atlético de Madrid, però en dones. És oferir el mateix *framework* però canviant homes per dones.

I el fet que s'escriguin més notícies del masculí que del femení és perquè les redaccions esportives dels diaris, de les ràdios i de les televisions són majoritàriament masculines. Jo no et diria que són masclistes, tot i que una mica de masclisme hi ha, sinó que són sobretot masculines. El fet de ser masculines fa que els homes es fixin més en el que ha estat tota la vida: l'esport masculí, que és més ràpid, més fort, més atractiu, omple més camps i, per tant, no es trenquen el cap a veure allò altre. Però bé, com que no es trenquen el cap, per aquesta banda també són permeables. Si la cosa va entrant i veuen que cada vegada es genera més interès, doncs s'aniran fixant, i com que cada vegada costa més perquè fins i tot les ràdios han de pagar per anar a retransmetre els partits de Primera Divisió, doncs serà més barat seguir a les dones perquè no cobren res.

**H: Deies que en les redaccions, pot ser pel fet que hi hagi més figures masculines, no se li dona tanta importància al futbol femení. Què s'hauria de fer? Redaccions de dones dedicades a l'esport femení perquè se li donés més importància?**

**E:** No, redaccions de dones dedicades al futbol femení em sembla masclista. Em sembla que hi hauria d'haver redaccions més plurals d'homes i dones, i que tots cobrissin de tot. Que dones i homes fessin futbol masculí i femení. Però això passa perquè entrin més dones a fer periodisme esportiu de veritat, que no siguin només dones "florero". És la manera que segur que aniria bé, malgrat que estic segur que l'esport femení pujarà molt els pròxims anys encara que sigui en redaccions masculines, pel pur interès mercantilista i dels diners.

**H: Creus que la importància que li està donant els mitjans de comunicació és més per "postureo" o és real?**

**E:** Hi ha una mica de tot. En el cas de *Catalunya Ràdio* i de *TV3* també hi ha el tema de què són un mitjà públic i han de donar espai a tothom. És una combinació de postureig, de què vivim en la societat de la imatge i que una dona vestida del Barça, professional, esportista, és potent quant a la imatge. També hi ha l'interès creixent. És molt important crear relats en l'àmbit periodístic perquè ho vas seguint com si fas una sèrie. "A veure què fa el Barça femení aquest any, perquè l'any passat va perdre però

va estar a punt d'arribar a les Semis. A veure si aquest any arriben". Crees un relat d'aquesta forma. La continuïtat, un dels criteris que vam estudiar a periodisme, també ajuda. Si fos el primer any i de 0 s'hagués d'arribar a 1.000, doncs seria impossible, perquè és una escala d'interès.

**H: I creus que els equips masculins haurien de donar un pas enrere per donar més joc al futbol femení o des de l'esport masculí no es pot fer res?**

**E:** Pas enrere no el farà ningú perquè en el capitalisme, el creixement es basa en què tothom va endavant. Per tant, no és un tema de gènere, sinó que el capitalisme està muntat de forma que sempre s'ha de créixer. El tema està en com es fa aquest creixement. Jo he vist recentment a Instagram una foto d'Arthur [jugador del Barça] fent-se una fotografia amb el seu equivalent al Barça femení, l'Aitana Bonmatí, una noia catalana del planter que juga al mig del camp com l'Arthur. El que poden fer és fer-se més fotografies o actes, com per exemple, participar en la jornada de portes obertes del dia de Reis al Mini Estadi. Venen entrades a 5 € i el Mini Estadi s'omple. El mateix dia que ho fan amb el masculí, podrien entrenar les noies i partir el camp en dos o, fins i tot, fer un partit mixt d'exhibició. Estic segur que seria una molt bona solució i que el Barça s'adonarà que hi ha sinergies perquè hi ha llocs del món on el futbol femení pot generar negoci com als Estats Units o els països nòrdics. Per tant, el Barça, que és una marca global que busca mercats on vendre les seves samarretes i els seus drets televisius per posicionar-se al món, busca nínxols de mercat arreu del planeta, i el futbol femení té el seu nínxol de mercat.

No serà a costa de fer un pas enrere el futbol masculí, sinó que serà a costa de tothom fer passos endavant.

**H: Creus que el Mundial d'aquest estiu pot marcar un punt d'inflexió?**

**E:** Pot marcar un punt més en l'evolució. Hi ha una cosa molt important aquest any i és que, per primer cop, s'ha donat la Pilota d'Or a una jugadora de futbol, tot i que es va donar la polèmica aquella lamentable.<sup>141</sup> Però aquella polèmica, jo crec que va tenir

---

<sup>141</sup> Ada Hegerberg, jugadora de l'Olympique de Lió, va guanyar la primera Pilota d'Or femenina de la història. En el moment de pujar a l'escenari a recollir el trofeu, el presentador li va preguntar si sabia ballar *twerk*. Les xarxes socials i els mitjans de comunicació van fer molt de ressò amb aquesta polèmica.

una basant molt positiva, i és que tothom es va assabentar que s'estava donant una Pilota d'Or a una dona. Si li haguessin donat el premi i prou, no hauria tingut tanta repercussió com l'ha tingut. En canvi, que hi hagués aquest tic masculista doncs ha servit el primer any per fer una posada en escena. Ara ja cada any tothom mirarà la gala i els mundials, com més repercussió hi hagi durant tot l'any pel que fa als clubs, doncs més seguiment es farà d'Holanda, per exemple, perquè hi ha la Lieke Martens. I si guanyen diran "ostres, aquesta és de les nostres". Aquestes sinergies entre seleccions i clubs farà que creixi l'interès, i de fet ja estic segur que tindrà més seguiment i més repercussió.

A més, la revolució feminista és de fa dos anys, com a molt tres. L'any passat va ser el primer any de vaga feminista aquí, i tot i que és més forta aquí al sud d'Europa perquè és on hi ha més feina per fer, jo crec que és un moviment global. No hi ha manifestacions tan bèsties a altres països però això va amunt i és imparable, de manera que sí, segurament aquest any marcarà un abans i un després. Però bé, jo crec que serà més fruit del *momentum*, que és ara, i del fet que ja fa uns anys que l'esport femení s'està professionalitzant. Però és a base de molts impulsos.

**H: Si haguessis de definir quines són les claus perquè el futbol femení segueixi revalorant-se a Espanya, quines serien?**

**E:** Doncs que hi hagi patrocinadors forts, que hi hagi una estructura organitzativa forta, on s'inclouen FIFA, UEFA, Lliga de Futbol Professional i Federació Espanyola, i que es creï un *Star System* de jugadores, és a dir, icones que la gent pugui identificar fàcilment. A la pàgina web de l'NBA pots buscar els jugadors per equips o directament per cognoms, perquè la gent passa dels equips i volen anar a buscar un jugador en concret perquè és l'estrella de l'equip. Doncs amb el futbol femení igual. Si aconseguim treure de cada equip una jugadora molt potent i crear estrelles, serà més fàcil vendre-ho. La gent voldrà ser de Martens, o de Caldentey, o d'alguna altra, perquè tindran un referent. Hi haurà noies i nois joves que s'emmirallaran en elles.

A més, són heroïnes perquè són les primeres que ho fan. Evidentment, també hi ha el component estètic: dones esportistes, guapes, com homes guapos hi ha també. Més d'un cop he escoltat a dones admirar les cames d'un futbolista, doncs amb les

futbolistes també passarà això. Hi haurà homes que es fixaran en aquestes dones perquè, estèticament, responen a uns canons de bellesa que poden ser molt interessants. Vivim en la societat de la imatge, i això és així.

**H: Ja per acabar, deies que no creies que el futbol femení arribi al nivell del masculí. Quin pot ser el seu sostre, llavors?**

**E:** Realment no ho sé. Pot arribar quasi al mateix nivell, per què no? Clar que sí. Jo dic que no ara, però en un futur no ho sé. D'entrada, perquè el futbol masculí porta molts anys d'avantatge, perquè també és més físic i més espectacular, es corre més i es té més força. En la societat de la velocitat i la força, no es pot comparar el masculí amb el femení. L'esport femení és interessant en si mateix, perquè si entrem en comparacions doncs costarà més. Però pot ser que en un moment determinat comencem a trobar l'esport femení més interessant perquè passen més coses perquè hi hagi més joc, per exemple. Potser arriba un moment en què al futbol masculí li passa com al tennis masculí, que els punts són molt curts.

Del que estic molt segur és de què el futbol femení arribarà a un nivell molt alt. No sé si al nivell del masculí, potser sí, però segur que arribarà a fites impensables. Per tant, no diré que no arribarà perquè m'ho acabaré menjant amb patates.

### **3. ENTREVISTES A PERSONES DEL MÓN DEL FUTBOL**

#### **3.1. Xavi Llorens**

Xavi Llorens va ser l'entrenador del Barça femení des de la temporada 2006/2007 fins a la 2016/2017. En total, 10 anys com a entrenador en els quals va guanyar quatre lligues seguides, quatre Copes de la Reina i 7 Copes de Catalunya, a més d'aconseguir portar l'equip per primer cop a les Semis de la Champions. Ningú més que ell pot explicar com s'ha viscut aquest auge del futbol femení, i per tal d'entrevistar-lo, ens vam donar cita a un bar proper al mercat de Sant Antoni de Barcelona.

#### **Xavi Llorens**

**Helena: Quan vas començar a entrenar, com era el futbol femení en aquell moment?**

**Xavi:** A Espanya, ho basaves tot en una bona defensa i amb unes davanteres que tinguessin molta velocitat, i en lloc de dominar el partit, en aquell moment només l'afrontaves. Qui dominava els partits en aquell moment era l'Espanyol, que tenia un molt bon equip, l'Athletic de Bilbao, que sempre ha sigut un equip que ha competit molt bé, i el Llevant. Eren els tres "cocos" i els tres equips amb més categoria. Després es van afegir el Sevilla i el Rayo a una certa distància i nosaltres érem un equip que no teníem ordre tàctic, i poca cosa més.

Jugàvem molt bé les primeres parts, amb molta il·lusió, però les segones parts, entre el físic i que, quan encaixàvem un gol, abaixàvem molt el cap i els braços, es feia més coll amunt. Aquesta era la feina: fer-les veure que la veritat és que es podia. Una vegada ja van començar a guanyar el primer títol de la Copa de Catalunya, les jugadores van començar a creure en elles mateixes i en allò que fa el Barça, i aquest ha estat el resultat.

**H: En aquell moment pràcticament no se seguia el futbol, no?**

**X:** No, no. Amb el Barça es va intentar amb la Marigol però, vulguis que no, fa 13-14 anys no se seguia. L'equip més potent potser podia ser l'Espanyol en el sentit

econòmic, però si guanyava títols l'Espanyol, no és el mateix que si els guanya el Barça. Aquesta és la millor part de ser del Barça, i també la millor part del futbol femení. Si aquests títols que hem guanyat nosaltres els hagués guanyat l'Atlético de Madrid, seria important, però jo crec egoistament que el fet que el Barça hagi guanyat tantes copes ha fet que tingui més importància el futbol femení a Espanya.

#### **H: I el futbol femení ara mateix en quin punt està dins el context espanyol?**

**X:** En el context espanyol està creixent. Si hem de posar números de l'1 al 10, quan vaig començar estava a un 3 i ara et diria que estem a un 6-7. Encara tenim un ampli marge de millora. El Barça està fent les coses molt bé, l'Atlético de Madrid també i hi ha 3 o 4 clubs que també aposten molt per elles, però ens fa falta que aposti tothom.

Aquesta proposta nova de la Federació per veure si encara es posen més clubs, anirà bé. Això ja es va aprovar fa molts anys i no va sortir bé. Anem a veure si ara, en aquesta segona vegada, té millors resultats amb tot aquest interès televisiu o dels mitjans de comunicació, que cada vegada hi ha més partits per televisió, si a la selecció absoluta li surt un bon Mundial... És una suma de molts factors que fa créixer. Però no es pot comparar amb els nois i sempre estem comparant el futbol. Nosaltres tenim espai però els nois estan a una altra distància, només ho has de veure amb tot el seguiment que està tenint aquesta Champions. I després, tu parles amb les noies i el que volen veure és a Messi i a Cristiano, perquè són els miralls. Cada vegada tenim més referents en el futbol femení, cada vegada les noies petites tenen més noies on mirar, cas d'Alexias, Vickys, Jennis o Martens... Tot això fa créixer amb aquest perfil de jugadora que ja ve mirant una jugadora com a referent, que abans no les tenia.

#### **H: Tu vas viure el procés de professionalització de les jugadores. Quins van ser els canvis més destacats?**

**X:** Els canvis més destacats van ser entrenar-se al matí. Abans s'aixecaven a estudiar o a treballar i a la tarda havien de venir a treballar. Per tant, ara ja venen descansades i ja només vénen a entrenar pensant en el futbol. Què fem ara? Cap a les 8:30 o 9 h arriben a club, esmorzen, es posen en mans de les fisioterapeutes i del servei mèdic. Fem les xerrades, fan gimnàs i fan carpa, que carpa és la feina que es fa al costat del

camp per la pressió física, i al voltant de les 10:30 -11:00 h vas al camp, entrenes 1 hora i mitja i després tornes a anar a la carpa o al gimnàs fins a les 13 h, quan dines i ja marxes del club a les 14-14:30 h.

Les noies petites del B que entrenen amb les del A segueixen a la tarda fent la formació acadèmica dins la Masia i les més grans van a la universitat o fan el que hagin de fer. Ara mateix, jugadores com Mariona Caldentey o Paños estan fent les pràctiques al club, cadascuna amb una faceta diferent. La Mariona ajuda a la tutoria en la Masia 360 i la Paños ajuda a la Ràfols amb el tema de recuperació de jugadores. Aquesta és l'avantatge del club, que tenim moltes vies per canalitzar les jugadores que tindran un futur. La mateixa Gemma està acabant arquitectura i està ajudant al projecte del nou Mini. Facilitats les tenen totes. No ens podem comparar amb els nois però avui en dia ja es guanyen bé la vida o ja tenen un bon sou i només poden pensar en el futbol i en la seva carrera, que és el més important.

#### **H: En aquell moment, les jugadores en qualitat de què jugaven? D'amateurs?**

**X:** Eren amateurs compensades, però sempre des que estic jo els hi he demanat que siguin professionals perquè el tema de la paraula professional és perillós. Què vol dir? Que tens un gran sou i unes grans facilitats per entrenar? Sí, però per mi el tema de professional és fins al futbol de 3a regional dels nois: si vols jugar a alguna cosa, has de ser professional. I professional vol dir dedicar-te al que estàs fent, no fer el burro amb altres accions, cuidar-te, menjar bé, descansar bé... Però això li demanaria fins a l'equip més baix de qualsevol divisió. Això el primer, demanar una mica de sacrificis, guanyis o no guanyis diners. Si a més ja hem aconseguit tots els avantatges que tenen més un bon sou, doncs això és el que busquem.

Aquesta paraula professional és perillosa, perquè què abasta ser professional? Per què llavors no existiria el futbol? No existiria la 3a regional o la 2a que no cobren res? No arribaries a Primera perquè no hi hauria futbol. El futbol no només és per les de Primera Divisió sinó que futbol és tot futbol. El futbol és per futbolistes, tant per homes com per dones.



**H: Com a entrenador i com a persona, què senties quan veies que l'atenció mediàtica del femení no ocupava les portades que us mereixíeu?**

**X:** A mi tot això mai m'ha preocupat. De cara al creixement, el que necessitaves era que quan guanyaves sí que tingués una mica d'importància, però el dia a dia m'era indiferent. Anàvem a entrenar i a fer les coses bé. Sí que el que volies era el reconeixement quan guanyaves alguna cosa: sortir a la premsa i que es recordin d'elles. Però ara el que passa és que se'n recorden d'elles cada setmana, perquè cada setmana surten notícies i hi ha rodes de premsa, cada setmana tens informació d'on van els equips, com estan les jugadores lesionades... Però és un tema de les xarxes socials.

Tot això cada vegada funciona millor, cada vegada és més important... I jo ni he pensat a guanyar. Jo penso sempre a gaudir del que fas i entregar-te, i això és el que he demanat sempre a les jugadores: gaudir dia a dia del que fas. Després si surts més a la tele, o tens més importància o tens més diners, molt millor, però no és l'objectiu. L'objectiu és passar-s'ho bé. És esport, també li demano això al Leo Messi, que s'ho passi bé, no que guanyi. Si tens un nivell, doncs vols guanyar, perquè a tothom li agrada fer les coses per guanyar.

**H: Per tant, les xarxes socials han servit de gran expositor, no?**

**X:** Moltíssim. A part de les televisions i la premsa escrita i no escrita, el dia a dia és important, però el que està fent molt més són les xarxes socials: Twitter, Facebook, o el que vulguis de tot això. Cada vegada hi ha més gent que està informada de tot, fins i tot els meus fills a casa meva. Qui m'informa de tot el dia a dia són ells, perquè tenen una notícia, i jo puc tenir una notícia de primera mà però per les xarxes socials triga una mica més que si jo tinc la informació directa, però surt tot. Clar, la informació va bé però jo no puc arribar a tothom, i les xarxes sí que ho poden fer.

**H: Tu continues en contacte amb elles no?**

**X:** Molt, molt. Durant el dia a dia, i fins i tot tinc molt de contacte amb el primer equip de nois i de noies. Aquesta setmana he anat a 2 o 3 entrenaments dels nois i també a

2 o 3 entrenaments de les noies, he anat també al partit de les noies... El dia a dia és molt directe amb el club per part meua, tinc les portes obertes i el que faig és estar allà per si em necessiten per qualsevol cosa.

**H: Quan comences a veure que el futbol femení comença a tenir més ressò mediàtic?**

**X:** Començo a veure que quan guanyem la lliga de San Mamés ja és molt important. Quan el club aposta per nosaltres per la rua, quan a la Champions ja comences a arribar a quarts durant molts anys... Això vol dir que estàs entre les 8 millors d'Europa i això es va repetint un any rere any. Buscar que vingui la gent a Can Barça és molt complicat. No ho té ni el Barça B ni el Juvenil, ni fins i tot les seccions professionals.

Has d'estar molt a sobre i tenim molts avantatges però tenim un inconvenient en el Barça que no tenen altres clubs. L'Atlético de Madrid només té el primer equip de nois i el de noies, no hi ha res més, llavors és més fàcil. L'Athletic Club, el mateix. Nosaltres tenim bàsquet, handbol, futbol sala, hoquei... I tots estan per guanyar, no només la lliga, sinó també les Copes d'Europa. Això taponava molt, i mira que tenim seguidors i socis i penyistes, però vulguis o no, no s'arriba a tot. Però estem content i orgullosos del que s'està fent per elles i pel club que aposta per elles.

**H: Per tant, quin diries que va ser el fet clau per passar a un punt de més importància mediàtica?**

**X:** Si fóssim de Tarragona o Girona, estaria cada diumenge el camp ple, però estem a Barcelona. A Barcelona hi ha de tot. Per tant, tot això costa molt, però sempre ha estat així. Si ens diguéssim FC Barcelona i juguéssem a Manresa, estaria cada diumenge el camp ple, però estàs a Barcelona i la gent té moltes coses per fer. Després, som un club que té moltes seccions, i si vas dividint tota la massa social, doncs vulguis o no, costa més. Mira l'Espanyol de nois, és el segon equip de futbol més seguit de Catalunya i si veus l'assistència que té cada diumenge, no és la mateixa que té el Barcelona, i és l'Espanyol. Doncs si li sumes que és el món de l'esport femení, que costa molt més, doncs... Ja et dic, joestic orgullós i content i cada vegada enganxarem a més gent.

Això també se'ls hi deia a les jugadores: primer serem 100, després serem 200, després serem 400, i a poc a poc vas multiplicant fins que arribi el punt de consolidació. Has de consolidar el que et toca i si la teva mitja és de 1.500, doncs hauran de consolidar aquests 1.500. Després ja lluitarem perquè siguin 2.000. El trasllat a la nova Ciutat Esportiva al Nou Estadi o del Mini a la Ciutat Esportiva tindrà avantatges i tindrà inconvenients... A veure si arrosseguem a la gent.

**H: Creus que a les jugadores les afecta d'alguna forma veure que no surten tant per televisió?**

**X:** No les afecta. Elles gaudeixen del que fan, gaudeixen de jugar a futbol i de competir, i ja et dic jo que quan surts al Mini i mires a la graderia doncs t'agrada que hi hagi gent, però el partit el jugaràs igual, amb la mateixa concentració i les mateixes ganes. Elles juguen per elles, no juguen per les 100, 1.000 o 10.000 persones que venen. Com més gent millor, aquest diumenge jugarem davant de moltíssima gent. Sempre els hi he dit que gaudeixin i que s'oblidin, "oblideu-vos d'amb qui va el públic i pensa en aquell moment que portes la samarreta de l'equip local", res més.

**H: Parlant de jugar en el Wanda. Això fa 10-15 anys era quasi impensable no?**

**X:** L'únic que ho feia era l'Athletic Club de Bilbao, però fa molts anys. Però no ens equivoquem, que aquí tenim un perill. Si això ho fas cada 15 dies, no vindrà la gent. La realitat nostra és que venen 1.000, 1.500 persones a veure'ns. A l'Atlético de Madrid i a l'Athletic Club també. A Lezama, que és on juguen sempre, vénen de 700 a 1.000 persones. Portar cada 15 dies 40.000 persones gratuïtament, no es pot fer. És impossible, ho pots fer com a premi algun dia però és que si no es cobra entrada, no es pot. Només obrir un estadi d'aquests ja et costa molts diners i no es pot fer, perquè no podrien. Ara bé, un cop o dos a l'any, sí que es pot fer, però no serà el mateix.

Què fariem al Camp Nou? Una festa, a veure quanta gent ve. Però si al Mini ja estem bé i no va la gent, a nosaltres el que ens interessa és que cada diumenge juguïn davant de 5.000 persones que no de manera puntual juguïn a l'Estadi i vinguin 60.000 persones. Vull un públic fidel, que és el que ve cada dia, però sigui futbol femení o un

altre esport. L'únic que ho té és el primer equip masculí, tota la resta depèn de contra qui juga, en quin moment... Depèn de molts factors. El que prefereixo és això, jugar sempre davant de 5.000 persones que no un dia davant de 60.000.

**H: Es pot fer alguna cosa per augmentar aquest públic fidel des dels mitjans de comunicació?**

**X:** No, és un tema social i de cada vegada enganxar més a la gent. També passa a Suècia o a França, que creiem que les distàncies són molt grans i la realitat és que en dies puntuals, aniràs a un partit de l'Olympique de Lió-PSG i estarà el camp ple, però cada diumenge no hi aniràs. Hi ha moltes coses a fer, no només a Barcelona, sinó a la resta del món i el dia a dia costa molt enganxar a la gent. La gent va perquè li agrada i jo prefereixo 2.000 o 4.000 persones a cada partit que no que a un dia puntual hi hagi 60.000 persones. T'acostumes a la realitat del que passa, i aquesta la veuràs cada diumenge a qualsevol camp de qualsevol divisió. En dies puntuals, si juga l'Espanyol contra el Barça, el camp de l'Espanyol estarà a tope, però si juga l'Espanyol Celta, no estarà ple.

**H: Deies que hi ha moltes coses per fer, quines serien aquestes coses?**

**X:** Esportivament, guanyar. Guanyar no significa només guanyar títols, guanyar és estar sempre a dalt, consolidar un equip i estar sempre lluitant pel primer i segon lloc. Després el premi el té només un però si tu estàs cada vegada a dalt, la gent estarà enganxada. Després està clar que els crítics diran que no ho has fet malament però tu has sumat a molta gent. El primer pas és guanyar, i guanyar és competir i estar fins a l'últim partit sempre allà. Si guanyes molt millor.

I com s'enganxa la gent? A la gent li ha d'agradar. No és un tema social. Tu em preguntes "Què vols fer aquest diumenge, jugar a pàdel o anar en bici?" i jo decidiré què vull anar fer. Un dia em vindrà de gust un i un altre dia un altre. Doncs això és el mateix, arriba el cap de setmana i veus les opcions i prefereixes una cosa o una altra. Tu sabràs què fas si no és a canvi de què és la teva feina. Si és la teva feina i has d'anar cada diumenge, llavors aniràs. Però si no és la teva feina, tu tries. I si no només estàs tu i tens parella o tens fills, has de pensar en la resta de gent. El dia a dia, quan

és la feina, et dediques al 100%, però quan és hobby, tries tu el que vols fer. No es tracta de nois o noies, sinó que cadascú tria el que vol fer.

**H: Tornant al tema dels mitjans de comunicació. Si haguéssiu guanyat les quatre lligues ara, hauríeu tingut més ressò, no?**

**X:** Sí, i tant. El que passa és que per arribar al punt en què s'ha arribat ara, hem hagut de guanyar tot l'altre, si no no estaríem on estem, però clar, ara tindria molt més ressò. Ara si guanyem una lliga, a més, ho celebrarem molt millor, però no per part de només l'equip sinó de tota la massa social i de la premsa, perquè portem dos o tres anys que no guanyem i tot això fa que tinguem moltes més ganes de guanyar, i et demostra que és molt difícil fer-ho. Ara parles amb l'Alexia [Putellas] i valoren molt més el que van fer perquè ara veus la realitat, que no és tan fàcil. El dia a dia costa molt i guanyar per molt bé que facis les coses, només guanyarà un i potser aquell un és un altre equip.

L'Atlético de Madrid fa alguns anys que guanya perquè estan fent les coses bé i tenen un bloc molt competitiu, però m'agradaria veure si guanyen 4 lligues i si la cinquena la guanyaria. No és normal guanyar quatre lligues seguides i nosaltres ho vam fer. L'únic equip que ho pot fer és l'Olympique de Lió o el Wolfsburg. La resta, fa un moment a Alemanya podien guanyar 4 equips però ara només és el Wolfsburg qui domina. A França també fa molts anys que només és l'Olympique de Lió, i a Anglaterra van canviant, ara guanya un i ara guanya un altre.

Espanya està entre 2 o 3 clubs que porten guanyant la lliga en les últimes 8-9 temporades, i el que passa aquí és que quan un equip agafa ritme, guanya les lligues seguides. Tot això s'ha de valorar i veure que és llei de vida i que és així.

**H: Vas trobar a faltar que els mitjans parlessin més del que vas guanyar?**

**X:** En aquell moment no, en aquell moment era el normal. Sortir al telenotícies de TV3 en els esports o sortir als diaris ja era molt important. Després, quan ja jugaves a Europa, ja sorties fins i tot a la portada del diari *Sport*. Ara quan és el dia de la dona ja surts a la portada del diari, la foto conjunta amb l'equip... Hem d'anar a poc a poc i sense trepitjar a ningú.

L'espai és reduït, agafa qualsevol diari i ja veuràs el que parlen. “És que del femení no es parla”, i del Girona? I de l'Espanyol, que juguen a Primera Divisió? Li dediquen una pàgina només, mentre que li dediquen 26 al primer equip del Barça on es parla de tot, i per què es fa així? Perquè la gent vol veure això. Si el problema només fos el femení, et diria que hem de buscar la solució, però és que passa amb molta gent, no només amb el femení.

**H: Es creen notícies tan absurdes com que Messi està parat al semàfor amb el cotxe.**

**X:** Perquè la gent prefereix llegir això abans que l'Alexia faci això o allò altre. Això passa amb Cristiano i amb tots aquests. Mira la incidència que ha tingut aquesta Champions, cada partit la moguda que té, la competitivitat de cada partit, la de sorpreses que hi ha... Però tot això és el que fa vendre. Si arriben a guanyar sempre els mateixos, no hi hauria tanta importància i tanta notícia. O sigui, el fet de quedar eliminats els favorits ha fet més notícia. De vegades, són coses que no són normals, però és el que passa. És la realitat del dia a dia. Mira com està el camp cada partit, ja no només a la Champions, fins i tot a l'Europa League cada vegada té més importància, i veus els camps més plens o els equips més motivats. Fins i tot els que no tenien importància abans, ara la tenen. Fa molts anys dèiem “El futbol s'acaba”, i no s'acabarà mai per la societat. Ells entrenen i fan el mateix. Clar que els paguen més entre espònsors, màrqueting, roba... Però no és culpa d'ells, som nosaltres que ho comprem i ho mirem. Ells viuen bé gràcies a nosaltres.

**H: El tema dels espònsors també han ajudat bastant al futbol femení.**

**X:** Home, i tant. Quan vaig anar a buscar l'Alexia, que estava al Llevant, li vaig dir: “No tinguis pressa, cada vegada guanyaràs més diners però sobretot, com ets tu, seràs una persona molt important dins el club perquè hi haurà campanyes, hi haurà publicitat... i busquem noies com tu per créixer, perquè necessites aquesta visibilitat i aquest perfil de noia: femenina, que jugui bé al futbol i que sigui esportista”. I mira ara, és marca Nike. Que no guanyarà tants diners com el Leo? Està clar, però diga-li a l'Alexia què pensava fa 5 o 10 anys i que et digui tot el canvi que hi ha. Ella tampoc

ho creia que seria portada de revistes setmanals, diaris, i tot això és perquè tothom té més cabuda en el dia a dia de la societat. El tema de les xarxes socials és increïbles, mira el seguiment i els seguidors que hi ha de tot.

**H: També està el tema de les xarxes socials.**

**X:** Que a mi em critiquin i diguin barbaritats sobre mi al Twitter no m'agrada, però és que jo ja tinc un staff i un entorn familiar que em diuen dia a dia quan no faig les coses bé. No em cal el Twitter per adonar-me de si les coses les fem bé o malament. I tinc el dia a dia, tant amb les jugadores com amb el staff, com amb els directius com amb la meua família. T'estan dient "Eh, per aquí no", i no necessito que Twitter em critiqui. I això ens passa a tothom, ja que la persona que està una mica dins el món públic cada cop està més criticada perquè hi ha enveges, a tothom li agradaria estar al teu lloc i això significa que et critiquen. Si ningú no et coneix, no et critiquen llavors. A mi de petit la meua àvia sempre em deia "lo bueno és que hablen de ti, da igual si és para bien o para mal".

**H: Quin creus que és el sostre al qual pot arribar el futbol femení?**

**X:** No hi ha. Fa un moment et deia que el futbol masculí feia no gaire que dèiem que s'estava acabant i que no es podia esprémer més. No hi ha sostre, només cap amunt. Hi haurà moments que diràs que bé, altres moments que s'estabilitza, altres que sembla que baixa, però sempre és cap amunt. És tot, cada vegada la societat ajuda més. No resta, sempre suma.

A més, a les Olimpíades cada vegada hi ha més esports; al Mundial cada vegada hi ha més clubs; a l'esport cada vegada hi ha més competicions. Això és perquè la gent cada vegada necessita més tot això per viure. Abans la gent treballava i cap a casa, però avui en dia tenim tantes coses que tot és més gran. No hi ha gent a casa a les 5 de la tarda descansant del dia a dia, tothom està súper actiu.

### 3.2. Laura Ràfols

Com a part imprescindible de les fonts, era completament necessari comptar amb el testimoni de mínim una jugadora de futbol. L'entrevistada va ser Laura Ràfols, portera del Barça durant 14 temporades, tres a les categories inferiors i onze al primer equip. Ella va viure el millor moment històric del Barça femení, amb la conquesta de les 4 lligues consecutives, i a la vegada, la professionalització de l'equip. L'entrevista la vam realitzar a les afores de la Ciutat Esportiva Joan Gamper, lloc on ella treballa actualment.

#### Laura Ràfols

**Helena: Vas estar 11 temporades a l'equip blaugrana i vas poder veure de primera mà aquest procés de professionalització del futbol femení. Com era abans el futbol femení i com el veus en l'actualitat?**

**Laura:** Crec que la paraula professionalitzar és molt àmplia perquè l'equip era professional tot i no ser-ho. Nosaltres entrenàvem 4 dies a la setmana, jugàvem el partit, teníem un dia de descans, i quan l'equip va començar a guanyar lligues, doncs el club va decidir apostar per nosaltres, fer-nos entrenar als matins, donar-nos el dinar i l'esmorzar, donar-nos l'aigua i un vestidor... Aquest és el punt on vam notar aquest canvi. Crec que en l'actualitat creixerà, ara en principi es crearà la Primera B i el Barça B ja és dins aquesta promoció. Això farà que les nenes puguin ser professionals una mica més aviat. Jo crec que anirà canviant cap a millor.

**H: De la mateixa forma que en un partit, mirar a la graderia i veure milers de persones us pot suposar una motivació extra, veure poca gent us desanima o us molesta?**

**L:** No perquè al final nosaltres no ens fixem amb la gent quan estem jugant. Evidentment, agrada molt més jugar quan la gent t'està mirant i l'estadi està ple, però també valorem molt la gent que venia. Nosaltres des del principi quan jugàvem només hi havia els amics, els pares, els avis i poc més, i aquesta gent, per a nosaltres és



important que hi segueixin sent. Els que vinguin, que s'afegeixin però que vinguin sempre, no només que vinguin en ocasions especials.

**H: Hem vist que el futbol femení en aquests últims anys ha fet una millora exponencial. Quines creus que han estat les claus d'aquesta millora?**

**L:** Evidentment, que ha sortit més per mitjans de comunicació, que a les xarxes socials cada vegada se'n parla més de jugadores... Jo crec que cada vegada tenen millor nivell i s'ha vist amb la selecció espanyola. Abans no arribava a un Mundial i ara jugarà el Mundial d'aquest estiu. Crec que el nivell ha guanyat i, a més, cada cop hi ha més nenes que juguen. Quan jo vaig començar pràcticament no hi havia ningú, i l'exemple és a Vilafranca. A Vilafranca només hi havia dos equips, el de futbol 7 i el de futbol 11, i ara hi ha 5 o 6. Hi ha més nenes, hi ha més on triar i, per tant, surten jugadores més bones.

**H: Tot i aquesta millora, les jugadores de futbol segueixen estudiant i jugant alhora. Tu has treballat, estudiat i jugat al futbol a la vegada, i aquesta situació la viuen moltes jugadores a aquí Espanya. Com es viu aquest procés de conciliació entre estudis i joc?**

**L:** Jo crec que és una cosa que s'ha de fer, independentment que les jugadores siguin professionals i no faci falta estudiar. Crec que és important estudiar perquè el futbol hi ha un moment que s'acaba i tenir tota la teva atenció focalitzada en només una cosa és dolent. Una cosa és que tu et treguis la carrera amb els 4 anys que marques, ara és més difícil perquè entrenant tots els dies que entrenem, les dobles sessions... És complicat, però ningú no et diu que no et puguis treure la carrera en 8 anys. No passa res, a la llarga acabaràs tenint la carrera i tampoc impartiràs ara la carrera que estiguis estudiant. Jo crec que és important per seguir formant-te i perquè el futbol acaba. Potser hi haurà una jugadora entre un milió que pugui viure del futbol després d'acabar, però la resta necessitaran alguna cosa de la qual treballar.

**H: A Espanya, quina seria aquesta jugadora entre un milió?**

**L:** Doncs no ho sé... Ara mateix no t'ho sabria dir. Jo crec que de la Lliga no hi ha cap que pugui viure només d'això ara mateix, ni la Lieke [Martens]. Tot acaba i només vivint d'això i de renda, ara mateix cap.

**H: Creus que les nenes que avui dia diuen “vull ser futbolista” se les segueix mirant com si fos un *bicho raro*?**

**L:** Jo crec que sí, però hem anat evolucionant. La part bona és que cada vegada hi ha més partits per la tele, més portades dels diaris, les ràdios... Cada vegada ho veuen com una cosa més normal i la societat cada vegada ho està com normalitzant. Hi haurà algun cas? Segur. Que trigarà a marxar? Doncs també, però a la llarga serà el normal.

**H: A tu et van posar cares rares quan ho vas dir?**

**L:** Sí, em deien que què feia. Jo recordo quan estava estudiant batxillerat, va haver-hi un any que estava en la Selecció i que anava poc a classe perquè marxàvem d'Europeus. Total, que recordo les meves professores cridant als meus pares i dient-los que o deixava la selecció o no aprovaria. Que havia de deixar el futbol perquè jo treia bones notes i havia de ser una enginyera o una química en la vida i no m'agradava gens cap de les dues coses, però elles deien que sí, que havia de fer això. Els meus pares van dir que si a mi em treien del futbol, no passaria el batxillerat segurament perquè em posaria de cul, i segurament ho hagués fet. Era aquell moment que et feien triar què vols ser de gran, i jo ho vaig tenir molt clar. Jo vaig tenir molta sort que la meua família va respectar el que jo volia ser i em van donar suport, però també entenc que hi haurà gent que no tindrà aquesta sort. Jo crec que a la llarga si volen ser-ho, ho seran.

**H: Precisament en aquest món, i més en el femení, el suport dels pares i dels familiars i els amics ha de ser primordial, no?**

**L:** És vital, però jo crec que això en tots els esports. La gent que tens a prop... Jo sempre he dit que el que sacrifica no era jo, sinó que era tot el meu voltant, perquè els

meus amics no em veien, la meua família encara menys, m'havien de portar a Barcelona, havien de venir els caps de setmana a veure els meus partits... Jo havia triat anar a jugar, ells no. De fet, a la meua germana no li agrada gens el futbol i s'ha menjat tots els partits. Llavors, aquí qui ha sacrificat més temps són ells, no jo.

**H: Llavors, com es pot fer per normalitzar més el fet que una noia vulgui dedicar-se al futbol?**

**L:** Que des de ben petits pugui passar. És a dir, que des de ben petits estiguin en contacte amb això, que les nenes puguin jugar al col·legi i que els nens puguin fer també altres coses. Que es pugui normalitzar que sigui una cosa que passi de normal, que no les mirin rar i que tu puguis fer-ho normal, sense que hi hagi ningú que et digui res.

**H: En termes mediàtics, l'atenció que vau rebre a partir de la professionalització del Barça, va canviar bastant?**

**L:** Sí, perquè el club va apostar més per nosaltres. També és cert que portàvem moltes lligues guanyades i guanyar la lliga amb el Barça fa que tinguis més renom. És això al final, el fet de guanyar fa que es parli de tu, si no guanyes, no parlaran de tu, i menys en aquest esport. Llavors, crec que és important. Nosaltres vam guanyar i vam fer que la gent conegués el Barça, perquè ven molt l'escut, i llavors venien més portades. El fet d'anar a Champions també feia que la gent vingués, que nosaltres cada vegada competíssim millor en l'àmbit europeu... Tot això fa que la gent s'enganxi, però cal guanyar.

**H: Recordes algun èxit en què pensessis “tant de bo els mitjans li haguessin donat més ressò del que li han donat”?**

**L:** Bé, és que tot és efímer. Sortíem al dia de després i jo recordo la primera lliga, que teníem un trosset petit en un diari d'aquí, o sigui de l'*Sport* i del *Mundo Deportivo*, però dels altres ni un. Sí que recordo el fet que, quan anaven passant els anys, teníem un espai més gran. Al lector no és que no li interessi, llegeix el que llegeix i veu el que veu, i no crec que tingui una discriminació cap a això. Simplement és el que li dones

el que vol consumir. Llavors, si tu li vas posant el futbol femení, hi haurà un moment que s'interessarà, perquè és el que estan acostumats a llegir mentre fan el cafè o el que sigui. Crec que el fet d'anar guanyant a poc a poc i que la gent et conegui està bé, que sàpiguen que jugues a futbol, que sàpiguen què fas i que els hi agradi, perquè si no, no té cap sentit. Si juguéssim fatal, no tindria cap sentit.

**H: Fa ràbia que venguin més les notícies negatives, com per exemple quan vau guanyar la Copa de la Reina i va haver-hi la polèmica de la senyera en la copa, que no pas quan guanyeu coses. Sembla que vengui més el fet negatiu que el positiu.**

**L:** És el morbo. Al final busquen polèmica i això és una qüestió en què, jo mateixa el dia de la Copa de la Reina, quan arribo a l'estació de tren, els hi vaig dir als mitjans que hi eren allà, que crec que eren La Sexta i Telecinco, que no ens havien vist mai en tot l'any i que si venien per buscar una polèmica, no la tindrien. Si venien a preguntar i a felicitar-nos perquè havíem guanyat, llavors perfecte, és el que havien de fer. Però si no, no els volem per res. I si no sortim en aquest moment, no passa res. El que no volem és això, que sortim per polèmiques, igual que aquella jugadora que surt fotent-li pals a l'altre. Si et quedes amb les coses dolentes, no crec que sigui bo per nosaltres ni per la gent perquè no és real, no passa cada cap de setmana.

**H: Creus que el suport que està tenint el futbol femení per part dels clubs és real o més per “postureo”?**

**L:** Jo crec que és real. És real perquè si no, no hi haguessin invertit. Si no fos real, no hi haguessin posat diners. T'ho dirien de boqueta i després et quedaries tenint el mateix. Jo crec que és real perquè veuen que cada vegada hi ha més nivell, i com que cada vegada hi ha més nivell, el nivell de la lliga Espanyola és bastant alt comparat amb com era abans i s'està equiparant a les lligues europees que estan més fortes. I jo crec que cada vegada els equips que hi ha a primera són més forts i és més difícil guanyar-los. Això fa que els clubs apostin més diners perquè volen ser ells els que guanyin la Lliga Iberdrola.

**H: Alguns punts que han destacat els periodistes a l'hora de revalorar el futbol femení han estat les victòries de la selecció espanyola, l'aposta de la Lliga i Iberdrola i les victòries del Barça. Destacaries algun altre punt?**

**L:** Sí, que ara la majoria dels partits bons dels nois són pagant. Llavors, la part bona que ens ha tocat a nosaltres és que el femení ara per ara és gratis per Gol, menys per Movistar Vamos, que és el que ara està començant a donar partits a BeIN, però els partits que fa Gol, que són molts, són en obert. El fet de tenir partits en obert fa que la gent, com que ja no paga per veure futbol masculí, acabi veient futbol femení i s'enganxa. Jo crec que això és una part molt positiva perquè farà que s'enganxi. Com que el futbol masculí cada vegada serà més privat, si t'agrada el futbol, no et quedarà un altre.

Molta gent ha començat ara a veure futbol femení perquè és gratis. Si els hi agrada, doncs que segueixin mirant Gol.

**H: Què us espera després del futbol?**

**L:** Una vida normal. Jo en el meu cas he tingut la sort d'estar aquí perquè el que he estudiat dona de sí i fa molts anys que estic al club, llavors em van donar aquesta opció, però la meua vida és normal. Jo sóc una persona autònoma que facturo i que treballo a diferents llocs. És el que toca i estic tenint bastanta normalitat. Ara tinc caps de setmana que no sabia què eren i els valoro molt, hi haurà un moment que deixaré de tenir-los, però bé. Una vida de dilluns a divendres treballar i caps de setmana lliures.

En el club, jo faig de re adaptadora, que és el pas que hi ha entre el moment en què una jugadora es lesiona i està en la llitera. Llavor, és la feina que es fa al gimnàs i al camp. Per això dic, jo toco bola, estic al gimnàs, comencen amb una petita activació, després fan uns circuits i després bola. I després ja marxen a l'equip.

**H: I en qüestió de drets, quins drets teníeu abans? Sé que ara està a punt de firmar-se el conveni col·lectiu, que això donaria més drets en temes com maternitat, etc. Però fins ara, quins drets teníeu?**

**L:** Ni idea, jo crec que els drets normals d'un treballador. O sigui, el nostre contracte és un contracte tipus, és a dir, fa servir el mateix que el noi. Com a mínim és el mateix que fa servir el club, però a fora... No tinc ni idea. Si alguna companya meva o jo ens haguéssim quedat embarassades, no ens haurien fet fora. Jo crec que tenim els mateixos drets que els treballadors.

**H: En algunes entrevistes has dit que és un error comparar el futbol femení amb el masculí. Llavors, a què pot arribar a aspirar el futbol femení aquí a Espanya?**

**L:** Crec que és un error en el sentit tècnic i tàctic. Crec que la noia no serà mai tan forta com ho pot ser el noi, ni et farà una passada de 80 metres al peu perquè no hi arribarà, però serà més tècnic i també més vistós. Potser serà més lent perquè no seran mai tan ràpides com els nois, però és per una qüestió física. Crec que les dimensions i tot són les mateixes, però tampoc és igual el tenis. No és igual el tenis masculí que el tenis femení, i no passa res. Crec que són dos tipus de futbol amb les mateixes normes, i que si t'agrada un, t'agrada l'altre, però és incompatible comparar-ho.

**H: Què creus que li falta per conquerir al futbol femení aquí?**

**L:** Li falta temps. O sigui, està molt bé, però anem 100 o 60 anys enrere del futbol masculí. Llavors, crec que li falta temps i que hi haurà un moment en què no serem iguals, perquè el futbol masculí ja s'ha passat, però sí que estem molt millor que altres esports femenins, i fins i tot masculins, com per exemple el waterpolo o la natació sincronitzada o l'handbol. Crec que estem millor que ells, llavors que tampoc se'ns en vagi el cap. Crec que ho estem fent bé, i que al final tot necessita temps.

**H: Llavors creus que en 60 anys pot ser igual d'important que el masculí?**

**L:** Sí, i igual més. Perquè en la meua visió, crec que el futbol masculí hi haurà un moment en què això petarà perquè hi ha molts diners, hi ha molta gent i clar, què

passarà quan no hi hagi Messi? Ni Cristiano? Ni Griezman? Sortiran altres jugadors? Doncs sí, segur, però també hi haurà altres jugadores. Llavors estarem en altres moments en què es podrà equiparar. Ara tot ho abasta Messi i jo ho entenc, perquè és boníssim i a tothom li agradaria ser com ell, però clar, només hi ha un, llavors quan no jugui ja veurem què passa.

### **3.3. María José López**

L'entrevistada és advocada i co-directora de l'Assessoria Jurídica de l'Associació de Futbolistes Espanyols (AFE). Era important tenir una persona entrevistada de l'àmbit jurídic per saber la situació legal de les jugadores i de la Lliga en l'actualitat. A causa de la distància geogràfica, l'entrevista es va realitzar via telefònica.

#### **María José López**

**Helena: ¿Cuál es el papel que tiene la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE) entorno al fútbol femenino?**

**María José:** Nosotros somos un sindicato de 41 años de vida. Como sindicato sus afiliados deben ser profesionales. Debo indicar al respecto que, ante el escaso nivel profesional de las futbolistas, no fue hasta 2016 que se cambia sus estatutos, y se produce la incorporación de las futbolistas como tales profesionales.

Como sindicato, hemos firmado convenios colectivos del fútbol masculino. Negoció el Real Decreto 1006/1985, que es el que regula la relación de los deportistas profesionales. La AFE representa a los deportistas ante la patronal y la RFEF, y también ante organismos internacionales y gubernamentales del deporte. Es el único reconocido por la FIFA por su inclusión en la Federación Internacional de Futbolistas Profesionales (FIFpro).

Somos un sindicato donde asesoramos a todos los deportistas en lo que se refiere a contratos, derechos de imagen, impagos, negociaciones colectivas, también tenemos servicios en relación con temas de salud, etc. En fin, todas las labores que hace un sindicato con más de 40 años de vida.

**H: En términos mediáticos, ¿cómo de importante calificarías el fútbol femenino en España?**

**MJ:** Se ha producido desde hace dos o tres años un cambio importante. Tiene que ver mucho con todo el movimiento de las deportistas, con esa imagen en las últimas Olimpiadas en las que han conseguido retos muy significativos teniendo en cuenta que tienen unas situaciones legales muy diferentes a las de los chicos. Yo creo que tiene que ver mucho con la sociedad y con los propios cambios de sociedad: la incorporación de la mujer en la vida laboral y la fuerza del movimiento feminista, que también tiene algo que decir en ese cambio de la sociedad.

Al final, todo esto tiene que ver mucho con la sociedad y con la capacidad de generar todo este movimiento de apoyo a la incorporación de la mujer en el deporte. Esta ha sido siempre más minoritaria por el concepto de segregación, por esa falta de profesionalismo que siempre se ha unido al concepto de que “si no hay mucho movimiento económico, tampoco es tan importante”, cosa que no tiene nada que ver. Hay muchas deportistas que están consiguiendo muchos retos en nuestras Olimpiadas y no tienen categoría de deportista profesional.

Pasa por una apuesta de las deportistas. Yo creo que las mujeres se lo están ganando en los terrenos de juego y la propia sociedad está cambiando y avanzando en esa dirección.

**H: ¿Cuál es la situación de las jugadoras en España en términos legales?**

**MJ:** Aquí en España no existen las ligas profesionales femeninas. Solo existen dos ligas profesionales: la de fútbol masculino y la de baloncesto masculino, pero el hecho de que no existan ligas profesionales no quiere decir que las futbolistas no lo sean. Ellas están haciendo su trabajo y nadie duda de que una jugadora de baloncesto o de fútbol no lo sea. Que una competición no sea profesional no significa que sus jugadoras no sean profesionales.

¿Qué ocurre con diferencia? Pues que, al no tener ese reconocimiento de liga profesional, todo el tema de su desarrollo como contrato profesional tiene mucho que ver con el club o con la propia capacidad negociadora de la jugadora. Nosotros



partimos todavía de la inexistencia de un Convenio Colectivo, hay cuestiones que no están solventadas como deportistas profesionales que tiene que ver con la conciliación, la maternidad, el embarazo, los derechos de imagen, el horario, las contrataciones por debajo... Estas deportistas quizás hacen 20 horas a la semana y están contratadas por 10. Por lo tanto, trabajamos en todo lo que significa ese reconocimiento de derecho como tales trabajadoras. Aún queda un camino por recorrer y para ello estamos la sociedad, la AFE y las deportistas.

**H: ¿Entonces la Liga Iberdrola no se consideraría profesional?**

**MJ:** No, ahora mismo tiene la consideración de amateur. En el nuevo anteproyecto de Ley, en el cuál yo he participado como ponente, a estas ligas ya les dábamos una categoría profesional, se les iba a llamar ligas profesionalizada y se le iba a obligar a cumplir una serie de requisitos, un control económico, el tema de que todas tuvieran un contrato, y demás. Pero ahora, con la actual ley del deporte del año 1990, todavía no está conceptualizada como liga profesional. Por eso creemos, por lo menos en la parte en la que he participado y que me ha tocado como abogada y como experta a petición del gobierno, que era un reto fundamental todo el tema de la igualdad y este aspecto de la liga profesionalizada.

**H: El hecho de que se le cambiase el estatus de liga amateur a liga profesional, ¿qué cambios implicaría?**

**MJ:** Bueno, que tengamos un concepto de liga profesional entraña el tipo de persona jurídica, es decir, que tipo de naturaleza jurídica tienen los clubs, el tema del control económico con respecto a los clubs, la exigencia de tener unos contratos profesionales de las jugadoras... Pero ya como planteamiento de inicio. Ese concepto de liga profesional ya arrastra estas cuestiones que yo te he comentado que alguien las da por hecho.

**H: ¿Y cuándo crees que se podrá conseguir esa profesionalización de la liga?**

**MJ:** Para nosotros, como sindicato lo importante es que las chicas son profesionales y que tengan relaciones contractuales. Estamos trabajando en este Convenio Colectivo para que se reconozca este papel de trabajadoras en el amplio sentido del

término y se les aplique el estatuto de los trabajadores y el Real Decreto 1006/1985, que es el que regula la relación de los deportistas profesionales. Y lo otro pues vendrá en el devenir de la futura legislación y Ley del deporte, pero como se han convocado elecciones pues es un proyecto que se ha quedado en el tintero.

**H: La Liga no tiene la categoría de profesional independientemente de que algunos equipos y algunas jugadoras ya se consideren profesionales, ¿verdad?**

**MJ:** Yo considero que las jugadoras que están en la máxima categoría de nuestra liga española son profesionales. Unas jugadoras que tienen una disciplina de entrenamiento, que tiene una dependencia del club, que tiene unos entrenamientos a lo largo de la semana, que tienen que viajar durante el fin de semana y que tienen que jugar partidos... Eso son profesionales a todo concepto, y eso ya lo demostré. En 2011 actué como abogada en representación en el proceso concursal de Rayo Vallecano, a las jugadoras, y en ese caso demostré que tenían una relación laboral y recibieron una indemnización de FOGASA, el Fondo de Garantía Salarial. Eso, yo creo, que algunas ya lo hemos demostrado en los juzgados, pero no está catalogada desde el punto de vista de la Ley del Deporte como liga profesional. Pero, insisto, no quiere decir que no sean profesionales. A todos los efectos, para nosotros son profesionales, sin duda alguna.

**H: ¿Los 16 equipos de la Liga Iberdrola ya han dado el paso hacia la profesionalización?**

**MJ:** Se supone que todas las jugadoras, o como mínimo la inmensa mayoría de las jugadoras de la Liga Iberdrola, tienen contrato, pero sí que es verdad que los contratos son muy dispares. Yo creo que un contrato por 10 horas que tienen algunos clubs con una jugadora de la máxima categoría están por debajo de lo que realmente las jugadoras están actuando. El tema de que tengas un contrato por 10 horas en la máxima categoría no hay quien se lo crea. Aún más, el problema es que eso tiene unas consecuencias a la hora de la cotización, de la jubilación... Por eso para nosotros es tan importante esa negociación del Convenio Colectivo y como sindicato AFE, está planteando la limitación de la parcialidad en los contratos.

**H: Cuéntame un poco más sobre el Convenio Colectivo que propusisteis.**

**MJ:** Nosotros propusimos, como AFE, 10 puntos sobre los cuales estamos negociando con la patronal, a ver si es capaz de darnos una respuesta sobre esos 10 puntos que tratan temas del salario, de la limitación de la parcialidad, el tema de la incapacidad, es decir que cobren el 100% cuando están de baja, el tema de los derechos de imagen, el protocolo del embarazo y el acoso, el tema de las convocatorias... Es decir, cuando yo llamo a una chica 4 veces seguidas en una convocatoria, para nosotros esa jugadora ya debe estar incluida en el Convenio Colectivo. Nosotros los puntos los hemos puesto sobre la mesa y estamos a la espera de que la patronal nos de una respuesta.

**H: ¿Todos estos puntos aún no estaban regulados o tenían una regulación con malas condiciones para las jugadoras?**

**MJ:** No, no. Hay clubs, como por ejemplo el Barça o el Athletic de Bilbao, que no están dentro de la Asociación, pero somos conscientes de que tienen unas nóminas que están más acorde con la realidad actual que ellas están ejerciendo. El Convenio, lo que pretende, es homogeneizar las características contractuales como trabajadoras de todas las jugadoras que están en la Liga Iberdrola. Esa es la fuerza de este Convenio, porque no es lo mismo que yo pueda negociar si soy mejor o peor jugadora con mi presidente, a que ya tengas una base y puedas reclamar un mínimo de X horas, vacaciones, derechos de imagen, convocatorias para participar en la Liga... Todo eso no está, pero es lo que pretende el Convenio Colectivo: marcar unas reglas de juego con un mínimo para darles estabilidad a estas jugadoras.

**H: Iberdrola se convirtió en patrocinador oficial de la Liga de fútbol femenino en 2016 y aporta unos dos millones de euros aproximadamente cada año. ¿Sabes a qué se destina ese dinero?**

**MJ:** La verdad es que no lo sé, por que a veces lo preguntamos y no nos responden. Sabemos que Iberdrola da un dinero a la Asociación de Clubs de Fútbol Femenino (ACFF) y da un dinero a la Federación a través del programa Universo Mujer, por el cual tienen una desgravación del 90% más luego un retorno mediático. Realmente

están haciendo un esfuerzo importante para ayudar al fútbol femenino en base a ese programa gubernamental.

Me imagino que el dinero se destinará a temas de visibilidad, de prensa, creo que también a temas de servicios... Pero no va a los contratos ni a la Seguridad Social de las jugadoras, sino que va a la Liga en general.

## **4. ENTREVISTES A PATROCINADORS**

### **4.1. Herbalife**

De les marques contactades, Herbalife va ser l'únic que va proporcionar respostes a les meves preguntes. L'encarregat de respondre-les va ser Carlos Mañoso, responsable de patrocinis d'Herbalife Nutrition España. L'entrevista es va realitzar via mail, ja que va ser l'única forma possible a accedir a ells.

#### **Carlos Mañoso**

**Helena: Herbalife se convirtió en el patrocinador oficial del Atlético de Madrid femenino en 2017. ¿Cómo se fraguó esta decisión y con qué objetivo?**

**Carlos:** Herbalife Nutrition apuesta por el deporte desde sus orígenes. El Atlético de Madrid es una marca global con un cualitativo muy positivo y una imagen muy positiva. Tienen un equipo femenino top, que en aquel momento no tenía sponsor principal, pero tenía una serie de características muy parecidas a Herbalife Nutrition: una marca global en continuo crecimiento y valores de esfuerzo, lucha, compromiso, trabajo en equipo, motivación, orgullo de pertenencia. Nos daba la oportunidad de ser la primera marca que apoya un equipo de fútbol femenino de relevancia.

**H: ¿Qué factores tuvisteis en cuenta para apostar por el fútbol femenino?**

**C:** Llevamos años apoyando al deporte femenino y es, entendemos, por una cuestión de coherencia. Más de la mitad de las mujeres mayores de 15 años en España no realiza ningún deporte, para nosotros es importante concienciar a las mujeres de que la práctica del deporte no termina con el colegio o el instituto. Apostamos por el Atlético de Madrid femenino porque compartimos los mismos valores.

**H: Además del Atlético de Madrid, también patrocináis a futbolistas como Olga García o Amanda Sampedro. ¿Con qué criterios escogisteis a estas dos futbolistas?**

**C:** La fuerza y la pasión que demuestran estas dos jugadoras son grandes motivos para estar a su lado. Sus ganas de superación y su prescripción por el producto las convierten en embajadores de primer nivel de Herbalife Nutrition.

**H: ¿Esta apuesta por el fútbol femenino hace ver que este deporte está en auge?**

**C:** Prueba de ello es el récord de asistencia a un partido femenino en el Wanda Metropolitano el pasado día 17 de marzo. La concepción y visibilidad ha cambiado, y el público ha empezado a valorar la competición femenina.

**H: ¿Cómo creéis que ayuda mediáticamente esta apuesta de los patrocinios por el fútbol femenino?**

**C:** Nuestra presencia ha derivado en una visibilidad mayor del deporte, gracias a un apoyo constante y enfocado en mejorar el rendimiento de nuestras jugadoras. Desde que somos patrocinadores, el Atlético de Madrid Femenino ha ganado siempre la Liga.

**H: ¿Hasta qué punto creéis que puede revalorizar un deporte la influencia de un patrocinio?**

**C:** Ir de la mano siempre es beneficioso para ambas partes. Estamos convencidos que una empresa como Herbalife Nutrition ayuda y visibiliza el equipo o atleta patrocinado. Nuestra colaboración en este caso con el Atlético de Madrid Femenino es sinónimo de liderato.

**H: ¿Tenéis datos sobre el impulso mediático que tenía el Atlético de Madrid femenino previa y posteriormente a vuestro acuerdo?**

**C:** Sin entrar en datos, sabemos que el Atlético de Madrid Femenino tiene una repercusión mediática mucho mayor en estos dos últimos años. La prueba la tenemos en sus copas de Liga y el récord de asistencia en el Wanda. El espacio dedicado ha aumentado considerablemente.

**H: ¿Consideráis que el patrocinio está siendo rentable?**

**C:** Sí, esta apuesta por el deporte femenino es beneficiosa, no tanto en términos económicos, si no en notoriedad.

**H: El año que viene finaliza el contrato, ¿prevéis renovarlo tras el éxito del equipo en estas últimas campañas?**

**C:** Nuestra estrategia de patrocinio nos lleva a apostar por patrocinios a largo plazo y con empresas que tienen la misma visión que nosotros.